รายงานการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืน ให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ (ฉบับสมบูรณ์)

ภาคเหนือ

ผลงานงวดที่ 2

โครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืน
ให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดและกลุ่มจังหวัด
กิจกรรมที่ 2 การจัดฝึกอบรมหลักสูตรสำหรับผู้บริหารในพื้นที่และ
ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืน
ให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศในระดับพื้นที่

เสนอ

สำนักงาน ก.พ.ร.

คำนำ

การดำเนินงานของ “โครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดและกลุ่มจังหวัด” มุ่งเน้นไปที่การฝึกอบรมหลักสูตร และให้คำปรึกษาสำหรับผู้บริหารในพื้นที่และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศในระดับพื้นที่ทั้ง 76 จังหวัด โดยมีการกำหนดการฝึกอบรมจำนวน 9 รุ่น ซึ่งในแต่ละรุ่นนั้นใช้เวลาในการฝึกอบรมทั้งสิ้น 3 วัน 2 คืน ประกอบไปด้วยการบรรยายให้ความรู้ และการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ได้ดำเนินงานครบถ้วนสมบูรณ์แล้ว จึงได้จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์นี้ขึ้น เพื่อสรุปผลการศึกษาโดยมีเนื้อหาตั้งแต่การทบทวน และวิเคราะห์นโยบายที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ต่างๆ การวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ผ่านตัวชี้วัดการพัฒนาจังหวัด รวมถึงการกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ของพื้นที่ การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาผ่านแนวคิดห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) และสรุปผลการอบรมเชิงปฏิบัติการแยกรายกลุ่มจังหวัด และท้ายสุดได้จัดทำข้อเสนอแนะเพื่อการดำเนินงานโครงการต่อไป

สำนักงาน ก.พ.ร.

กรกฎาคม 2560

สารบัญเล่มที่ 2/4

เล่มที่ 2/4		หน้า
บทที่ 1	บทนำ	1-1
บทที่ 2	สรุปผลฝึกอบรมผ่านการบรรยายให้ความรู้ในหัวข้อต่างๆ	2-1
2.1	การเสวนานโยบายและยุทธศาสตร์ชาติสู่การพัฒนาเชิงพื้นที่	2-1
2.2	จุดประกายความคิดด้วยแนวคิดการวิเคราะห์ดักอนาคต (Prospective Analysis)	2-15
2.3	การวิเคราะห์ศักยภาพจังหวัด และแนวทางการใช้เครื่องมือ Benchmarking	2-23
2.4	แนวทางการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	2-42
2.5	การพัฒนาและเขียนโครงการ	2-50
บทที่ 3	การวิเคราะห์ศักยภาพพื้นฐานของจังหวัดและทิศทางการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ (ต่อ)	
3.1	กลุ่มที่ 7 (จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง และจังหวัดแม่ฮ่องสอน)	3-1
	3.1.1 การวิเคราะห์ศักยภาพพื้นฐานของพื้นที่กลุ่มที่ 7	3-1
	3.1.2 การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่กลุ่มที่ 7	3-4
	3.1.3 การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญจากข้อมูลตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนาของพื้นที่ (Benchmarking)	3-7
	3.1.4 การวิเคราะห์ SWOT ของพื้นที่กลุ่มที่ 7	3-10
	3.1.5 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดเชียงใหม่	3-13

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดเชียงใหม่
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดเชียงใหม่
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดเชียงใหม่
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดเชียงใหม่

สารบัญเล่มที่ 2/4 (ต่อ)

หน้า

3.1.6 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดแม่ฮ่องสอน 3-64

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดแม่ฮ่องสอน
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดแม่ฮ่องสอน
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดแม่ฮ่องสอน
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดแม่ฮ่องสอน

3.1.7 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดลำปาง 3-103

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดลำปาง
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดลำปาง
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดลำปาง
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดลำปาง

3.1.8 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดลำพูน 3-135

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดลำพูน
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดลำพูน
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดลำพูน
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดลำพูน

3.2 กลุ่มที่ 8 (จังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา จังหวัดแพร่ และจังหวัดน่าน) 3-174

3.2.1 การวิเคราะห์ศักยภาพพื้นฐานของพื้นที่กลุ่มที่ 8 3-174

3.2.2 การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่กลุ่มที่ 8 3-177

3.2.3 การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญจากข้อมูลตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนาของพื้นที่ (Benchmarking) 3-180

3.2.4 การวิเคราะห์ SWOT ของพื้นที่กลุ่มที่ 8 3-182

สารบัญเล่มที่ 2/4 (ต่อ)

หน้า

3.2.5 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดเชียงราย 3-185

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดเชียงราย
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดเชียงราย
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดเชียงราย
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดเชียงราย

3.2.6 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดพะเยา 3-228

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดพะเยา
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดพะเยา
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดพะเยา
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดพะเยา

3.2.7 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดแพร่ 3-251

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดแพร่
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดแพร่
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดแพร่
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดแพร่

3.2.8 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดน่าน 3-290

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดน่าน
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดน่าน
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดน่าน
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดน่าน

สารบัญเล่มที่ 2/4 (ต่อ)

		หน้า
3.3	กลุ่มที่ 9 (จังหวัดตาก จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดสุโขทัย จังหวัดเพชรบูรณ์ และจังหวัดอุตรดิตถ์)	3-314
	3.3.1 การวิเคราะห์ศักยภาพพื้นฐานของพื้นที่กลุ่มที่ 9	3-314
	3.3.2 การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่กลุ่มที่ 9	3-317
	3.3.3 การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญจากข้อมูลตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนาของพื้นที่ (Benchmarking)	3-320
	3.3.4 การวิเคราะห์ SWOT ของพื้นที่กลุ่มที่ 9	3-323
	3.3.5 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดน่าน	3-325
	• สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดน่าน	
	• สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดน่าน	
	• ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดน่าน	
	• ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดน่าน	
	3.3.6 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดพิษณุโลก	3-347
	• สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดพิษณุโลก	
	• สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดพิษณุโลก	
	• ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดพิษณุโลก	
	• ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดพิษณุโลก	
	3.3.7 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดสุโขทัย	3-388
	• สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดสุโขทัย	
	• สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดสุโขทัย	
	• ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดสุโขทัย	
	• ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดสุโขทัย	

สารบัญเล่มที่ 2/4 (ต่อ)

หน้า

3.3.8 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดเพชรบูรณ์ 3-417

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดเพชรบูรณ์
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดเพชรบูรณ์
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดเพชรบูรณ์
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดเพชรบูรณ์

3.3.9 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดอุตรดิตถ์ 3-443

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดอุตรดิตถ์
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดอุตรดิตถ์
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดอุตรดิตถ์
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดอุตรดิตถ์

3.4 กลุ่มที่ 10 (จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดพิจิตร จังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดอุทัยธานี) 3-462

3.4.1 การวิเคราะห์ศักยภาพพื้นฐานของพื้นที่กลุ่มที่ 10 3-462

3.4.2 การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่กลุ่มที่ 10 3-465

3.4.3 การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญจากข้อมูลตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนาของพื้นที่ (Benchmarking) 3-468

3.4.4 การวิเคราะห์ SWOT ของพื้นที่กลุ่มที่ 10 3-470

3.4.5 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดกำแพงเพชร 3-473

- สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดกำแพงเพชร
- สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดกำแพงเพชร
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดกำแพงเพชร
- ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดกำแพงเพชร

สารบัญเล่มที่ 2/4 (ต่อ)

		หน้า
	3.4.6 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดพิจิตร	3-511
	• สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดพิจิตร	
	• สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดพิจิตร	
	• ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดพิจิตร	
	• ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดพิจิตร	
	3.4.7 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดนครสวรรค์	3-551
	• สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดนครสวรรค์	
	• สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดนครสวรรค์	
	• ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดนครสวรรค์	
	• ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดนครสวรรค์	
	3.4.8 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดอุทัยธานี	3-602
	• สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดอุทัยธานี	
	• สรุปทิศทางการขับเคลื่อนของจังหวัดอุทัยธานี	
	• ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดอุทัยธานี	
	• ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดอุทัยธานี	
บทที่ 4	สรุปภาพรวมการวิเคราะห์และข้อเสนอเกี่ยวกับแปลงแผนสู่การขับเคลื่อนนโยบายประเทศไทย 4.0 แบบบูรณาการ เพื่อนำไปสู่สร้างความเข็มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ	4-1
	4.1 สรุปภาพรวมการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่	4-1
	4.2 ข้อเสนอเกี่ยวกับแปลงแผนสู่การขับเคลื่อนนโยบายประเทศไทย 4.0 แบบบูรณาการ เพื่อนำไปสู่สร้างความเข็มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ	4-27
บทที่ 5	ข้อเสนอแนะในการดำเนินการต่อไป	5-1

บทที่ 1 บทนำ

ภายใต้นโยบายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในภายในประเทศที่ต้องการสร้างแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจให้กับพื้นที่จังหวัดต่างๆ ในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง พร้อมๆ กับแนวทางในการผลักดัน วาระขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0 ซึ่งประกอบด้วย 1) เตรียมคนไทยสู่ศตวรรษที่ 21 2) สร้างวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม 3) พัฒนาเกษตรอุตสาหกรรมและภาคบริการเป้าหมาย 4) เสริมความเข้มแข็งเศรษฐกิจภายในผ่าน 18 กลุ่มจังหวัด และ 76 จังหวัด และ 5) บูรณาการอาเซียนเชื่อมไทยสู่ประชาคมโลก “โครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดและกลุ่มจังหวัด” ซึ่งเกิดจากความร่วมมือของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) และสถาบันส่งเสริมกิจการบ้านเมืองที่ดีนี้ จึงถือว่ามีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการช่วยเหลือและเพิ่มศักยภาพ พร้อมปรับกระบวนการทางความคิด (Mindset) สร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration) และศักยภาพความเป็นผู้นำ (Leadership) ของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในพื้นที่ต่างๆ ทั้ง 76 จังหวัดของประเทศไทย

ในการดำเนินงานของ “โครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดและกลุ่มจังหวัด” มุ่งเน้นไปที่การฝึกอบรมหลักสูตร และให้คำปรึกษาสำหรับผู้บริหารในพื้นที่และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศในระดับพื้นที่ทั้ง 76 จังหวัด โดยมีการกำหนดการฝึกอบรมจำนวน 9 รุ่น ซึ่งในแต่ละรุ่นนั้นใช้เวลาในการฝึกอบรมทั้งสิ้น 3 วัน 2 คืน ประกอบไปด้วยการบรรยายให้ความรู้ และการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ซึ่งจะนำไปสู่กระบวนการให้คำปรึกษาในการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจในพื้นที่ต่อไป

รายงานการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ (ฉบับสมบูรณ์) ฉบับนี้ เป็นการรวบรวมเนื้อหาจากการบรรยายของวิทยากร และสรุปผลการฝึกอบรมของทั้ง 76 จังหวัด จากจำนวน 9 รุ่น โดยในส่วนของการอบรมมีเนื้อหาครอบคลุมตั้งแต่การทบทวน และวิเคราะห์นโยบายสำคัญทั้งในระดับประเทศ (National Level) รายประเด็นสำคัญ (Agenda Level) และระดับพื้นที่ (Area Level) ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ต่างๆ การวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ผ่านตัวชี้วัดการพัฒนาจังหวัด เพื่อใช้ในการทบทวนศักยภาพของพื้นที่ตามกรอบ SWOT Analysis ไปจนถึงการนำเสนอหลักการของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) และแนวคิดห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของพื้นที่ที่สำคัญ พร้อมๆ กับแนวทางการพัฒนาโครงการได้อย่างเหมาะสม

ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้แทนจากจังหวัดสามารถนำหลักการ และแนวคิดดังกล่าวไปใช้ได้อย่างเป็นรูปธรรม จึงได้มีกำหนดโจทย์ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในการวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนาของประเด็นยุทธศาสตร์ ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ตั้งแต่การกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพ ห่วงโซ่มูลค่า ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เกี่ยวข้อง การระบุโครงการที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จ การระบุประเด็นที่เป็นช่องว่าง พร้อมๆ กับร่วมกันพัฒนาแนว

ติดโครงการที่ตอบสนองต่อช่องว่างเหล่านั้นขึ้นมา ซึ่งรายงานฉบับนี้เองก็ยังจะมีเนื้อหาที่ครอบคลุมการสรุปผลการฝึกอบรมของแต่ละจังหวัดทั้งหมดด้วยเช่นกัน

แม้ว่าผลผลิตจากโครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดและกลุ่มจังหวัดนี้ ไม่ได้เป็นการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัด แต่ผู้บริหารหัวหน้าส่วนราชการ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆ ที่เข้าร่วมโครงการนี้ก็สามารถนำทักษะองค์ความรู้ และกระบวนการที่ได้จากการอบรมและการประชุมเชิงปฏิบัติการทั้งหมดไปปรับใช้ตามความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่ได้

คณะที่ปรึกษาได้จัดทำรายงานฉบับนี้เพื่อนำเสนอผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและยุทธศาสตร์ชาติที่มีผลต่อการพัฒนาเชิงพื้นที่รวมทั้งการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ พร้อมผลการอบรมในหลักสูตรสำหรับผู้บริหารในพื้นที่และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศในระดับพื้นที่ เป็นผลงานงวดที่ 2 เพื่อส่งมอบให้กับสำนักงาน ก.พ.ร. โดยผลการศึกษาในรายงานฉบับนี้ แบ่งเป็น 2 บท ประกอบด้วย บทที่ 2 สรุปผลฝึกอบรมผ่านการบรรยายให้ความรู้ในหัวข้อต่างๆ และบทที่ 3 การวิเคราะห์ศักยภาพพื้นฐานของจังหวัดและทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ ซึ่งแบ่งเนื้อหาการวิเคราะห์แยกตามพื้นที่กลุ่มจังหวัด ครอบคลุมทั้ง 76 จังหวัด โดยมีผลการวิเคราะห์ศักยภาพพื้นฐานของพื้นที่และสรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ และผลการอบรมเชิงปฏิบัติการแยกรายจังหวัดผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ 2 ผลิตภัณฑ์ในแต่ละจังหวัด และจากผลการศึกษาและการฝึกอบรมในหลักสูตรทั้งหมด คณะที่ปรึกษาได้จัดทำสรุปภาพรวมการวิเคราะห์และข้อเสนอเกี่ยวกับแปลงแผนสู่การขับเคลื่อนนโยบายประเทศไทย 4.0 แบบบูรณาการ เพื่อนำไปสู่สร้างความเข็มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ ไว้ในบทที่ 4 บทสุดท้ายเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานครั้งถัดไป

ท้ายที่สุดแล้ว โครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดและกลุ่มจังหวัด ก็เปรียบเสมือนเป็นอีกหนึ่งแรงผลักดันที่จะช่วยเพิ่มขีดสมรรถนะการบริหารและความเป็นผู้นำในการบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารในระดับพื้นให้กับผู้บริหาร และส่วนงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัด ซึ่งจะมีส่วนสำคัญในการยกระดับและร่วมสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ ตามนโยบายประเทศไทย 4.0 ต่อไป

บทที่ 2 สรุปผลฝึกอบรมผ่านการบรรยายให้ความรู้ในหัวข้อต่างๆ

2.1 การเสวนานโยบายและยุทธศาสตร์ชาติสู่การพัฒนาเชิงพื้นที่

การขับเคลื่อนเศรษฐกิจในแต่ละพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพ มีความเหมาะสม และเชื่อมโยงกับนโยบายและทิศทางการพัฒนาของประเทศ รวมถึงมีทิศทางการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกับแผนยุทธศาสตร์หรือแผนการดำเนินงานต่างๆที่เกี่ยวข้องถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาพื้นที่ โดยกรอบนโยบาย และยุทธศาสตร์ที่สำคัญที่เกี่ยวข้องนั้นประกอบด้วย กรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 และแผนยุทธศาสตร์ด้านการเกษตร ด้านอุตสาหกรรม การค้า การลุงทุน พร้อมด้วยด้านการท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 3 ด้านถือเป็นภาคเศรษฐกิจหลักที่ทุกพื้นที่จังหวัด ต้องมีการเชื่อมโยงแผนยุทธศาสตร์นี้เข้ากับแผนพัฒนาจังหวัด และวางแนวทางการพัฒนาพื้นที่ผ่านกรอบแนวคิดโครงการต่างๆ ให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่จังหวัด ทั้งนี้ สรุปประเด็นสำคัญของนโยบายและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ มีดังนี้

2.1.1) ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

กรอบทิศทางและยุทธศาสตร์ 20 ปี ของประเทศไทย ซึ่งเป็นการประเมินถึงสภาพแวดล้อมและความเสี่ยงต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในปัจจุบันและอนาคต พร้อมกับการนำมาวิเคราะห์บริบทการเปลี่ยนแปลงของประเทศไทยในอีก 20 ปีข้างหน้า เพื่อนำมาสู่วิสัยทัศน์การพัฒนาของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2577 กล่าวคือ “ประเทศพัฒนาแล้ว อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยในการวางแนวทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ต้องคำนึงถึงความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่เป็นเสมือนแนวทางใหญ่ในการพัฒนาประเทศ เพื่อจะได้ขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยไปในทิศทางเดียวกัน จากยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีนี้ ยุทธศาสตร์ที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาของพื้นที่โดยตรงนั้นมี 2 ยุทธศาสตร์หลักที่เป็นกรอบสำคัญในการพัฒนาพื้นที่ได้ ประกอบด้วย

- **ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน** ที่มีประเด็นการพัฒนาทางด้านสมรรถนะทางเศรษฐกิจ ส่งเสริมการค้า การลงทุน พัฒนาสู่ชาติการค้า การพัฒนาภาคการผลิตและบริการ เสริมสร้างฐานการผลิตเข้มแข็ง ยั่งยืน และส่งเสริมเกษตรกรสู่เกษตรยั่งยืน การพัฒนาผู้ประกอบการและเศรษฐกิจชุมชน การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษและเมือง พัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ ชายแดน การลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการวิจัย และพัฒนา การเชื่อมโยงกับภูมิภาคและเศรษฐกิจโลก
- **ยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม** ที่มุ่งเน้นการพัฒนาควบคู่การดูและรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งในเรื่องของจัดระบบอนุรักษ์ ฟื้นฟูและป้องกันการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ วางระบบบริหารจัดการน้ำให้มีประสิทธิภาพ เน้นการปรับระบบการบริหารจัดการอุทกภัยอย่างบูรณาการ การพัฒนาและใช้พลังงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การพัฒนาเมือง

อุตสาหกรรมเชิงนิเวศ การร่วมลดปัญหาโลกร้อนและปรับตัวให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การใช้เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์และนโยบายการคลัง เพื่อสิ่งแวดล้อม

2.1.2) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) คือ หนึ่งในกลไกพื้นฐานที่จะขับเคลื่อนแนวคิดการพัฒนาภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะยาว 20 ปี โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้กำหนดเป้าหมายของการพัฒนาเศรษฐกิจในช่วงแผนฯ ฉบับที่ 12 จะต้องเร่งรัดให้เศรษฐกิจสามารถขยายตัวเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 ต่อปี เพื่อให้ก้าวสู่การเป็นประเทศรายได้สูงในปี พ.ศ. 2569 และมุ่งเน้นการเพิ่มศักยภาพการขยายตัวทางเศรษฐกิจและขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยให้ทัดเทียมกับกลุ่มประเทศชั้นนำ จากการทบทวนรายละเอียดของแผนฯ 12 นี้ พบว่า ยุทธศาสตร์ที่ 9 นั้น ได้กำหนดทิศทางการพัฒนาของแต่ละพื้นที่ ตามศักยภาพของแต่ละพื้นที่นั้นไว้อยู่แล้ว ซึ่งทุกจังหวัดจะต้องมีการพัฒนาให้สอดคล้องกับทิศทางดังกล่าวด้วย โดยสามารถวิเคราะห์แจกแจงสาระสำคัญของรูปแบบการพัฒนารายพื้นที่ ดังต่อไปนี้

<u>ภาคเหนือ</u>

แนวทางการพัฒนาพื้นที่: **“ฐานเศรษฐกิจมูลค่าสูง”** โดยการพัฒนาพื้นที่สู่การท่องเที่ยวและบริการเชิงสร้างสรรค์ การเป็นฐานการผลิตเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัย เชื่อมโยงสู่อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป และการมีทรัพยากรป่าไม้มีความอุดมสมบูรณ์ ทั้งนี้ สามารถแบ่งรูปแบบการพัฒนาได้ดังนี้

1. **พัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและยั่งยืน** พัฒนากลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา และกลุ่มชาติพันธุ์ใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นทางเลือกใหม่
2. **พัฒนาประสิทธิภาพการผลิตทางการเกษตร** พัฒนาภาคเหนือตอนบนเป็นฐานผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ และตอนล่างเป็นฐานผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยในรูปแบบฟาร์มเกษตรอัจฉริยะ
3. **ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม** ฟื้นฟูและอนุรักษ์ป่าต้นน้ำในพื้นที่ จังหวัดภาคเหนือ 8 ตอนบน บริหารจัดการน้ำอย่างเป็นระบบในลุ่มน้ำหลัก และแก้ไขปัญหาหมอกควัน
4. **พัฒนาระบบการดูแลผู้สูงอายุ** ส่งเสริมการสร้างรายได้และการมีงานทำของผู้สูงอายุ และพัฒนานวัตกรรมการดูแลผู้สูงอายุระยะยาว

<u>ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ</u>

แนวทางการพัฒนาพื้นที่: **“อีสานพึ่งตนเอง”** โดยการพัฒนาเป็นฐานการผลิตข้าวหอมมะลิคุณภาพสูงมาตรฐานปลอดภัยและอินทรีย์ การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารและเอทานอลของประเทศ การพัฒนาไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดียุคก่อนประวัติศาสตร์ อารยธรรมขอม วัฒนธรรมประเพณี แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาระดับนานาชาติ ทั้งนี้ สามารถแบ่งรูปแบบการพัฒนาได้ดังนี้

1. **เพิ่มศักยภาพการผลิตสินค้าเกษตร** พัฒนาพื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้เป็นแหล่งผลิต ข้าวหอมมะลิคุณภาพสูง
2. **พัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูป** พัฒนาให้นครราชสีมาเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปและอาหารแบบครบวงจร
3. **ยกระดับการท่องเที่ยว** พัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมลุ่มน้ำโขงและสุขภาพในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง
4. **เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการน้ำ** พัฒนาแหล่งน้ำใหม่ในพื้นที่ลุ่มน้ำเลย ชี มูล และสร้างแหล่งกักเก็บ อ่างเก็บน้ำ ฝาย และแหล่งน้ำขนาดเล็กในพื้นที่ที่เหมาะสมในพื้นที่ (แก้มลิง) การเกษตร
5. **ฟื้นฟูทรัพยากรป่าไม้ในพื้นที่ต้นน้ำ** กำหนดและทำเครื่องหมายแนวเขตพื้นที่ป่าอนุรักษ์และพื้นที่ป่านอกเขตอนุรักษ์ให้ชัดเจน และส่งเสริมป่าชุมชน

<u>ภาคกลาง</u>

แนวทางการพัฒนาพื้นที่: **"ฐานเศรษฐกิจชั้นนำ"** โดยการพัฒนาพื้นที่ไปสู่การเป็นศูนย์อุตสาหกรรมสีเขียวชั้นนำ การเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารและสินค้าเกษตรปลอดภัยได้มาตรฐานโลก และการเป็นศูนย์รวมการท่องเที่ยวของเอเชียที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ ทั้งนี้ สามารถแบ่งรูปแบบการพัฒนาได้ดังนี้

1. **เพิ่มขีดความสามารถแข่งขันฐานอุตสาหกรรมเดิม และส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งอนาคต** ยกระดับการพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมในพื้นที่ ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี ชลบุรี และระยองให้เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง และอุตสาหกรรมแห่งอนาคต
2. **พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการผลิตอาหารและสินค้าเกษตร** พัฒนาธุรกิจการค้าขายผลไม้จังหวัดระยอง ด้านตะวันออก จันทบุรี ตราด นครนายก ปราจีนบุรี และฉะเชิงเทราให้เป็นฐานการผลิตและจำหน่ายผลไม้เพื่อการส่งออก
3. **ปรับปรุงมาตรฐานสินค้าและธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยว** พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลในจังหวัดชลบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ให้เป็นฐานการกระจายรายได้และการสร้างงาน
4. **เพิ่มประสิทธิภาพระบบบริหารจัดการน้ำ แก้ไขปัญหาความขัดแย้งการใช้น้ำในภาคตะวันออก** ปรับปรุงและบำรุงรักษาแหล่งน้ำเดิม และพัฒนาแหล่งน้ำเพิ่มเติม

ภาคใต้

แนวทางการพัฒนาพื้นที่: **"ฐานเศรษฐกิจสีเขียว ได้มาตรฐานสากล"** โดยการพัฒนาเป็นศูนย์กลางผลิตภัณฑ์ยางพาราและปาล์มน้ำมันของภูมิภาค แหล่งผลิตภัณฑ์อาหารทะเล ที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล และแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในระดับโลก ทั้งนี้ สามารถแบ่งรูปแบบการพัฒนาได้ดังนี้

1. **เสริมสร้างความเข้มแข็งภาคการเกษตร** รักษาฐานการผลิตยางพาราและปาล์มน้ำมันให้เข้มแข็งและยั่งยืน สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตโคเนื้อศรีวิชัยในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย
2. **ยกระดับรายได้จากการท่องเที่ยว** ส่งเสริมและพัฒนาการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างแหล่งท่องเที่ยวระดับนานาชาติในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามันและอ่าวไทย และแหล่งท่องเที่ยวบนบกบริเวณพื้นที่ตอนในที่มีศักยภาพสูง
3. **วางระบบป้องกันและแก้ไขปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม** ส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการบริหารจัดการพื้นที่ป่าต้นน้ำ การบังคับใช้กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมและผังเมืองอย่างเคร่งครัด

2.1.3) ยุทธศาสตร์และแผนงานตามประเด็นสำคัญด้านการเกษตร

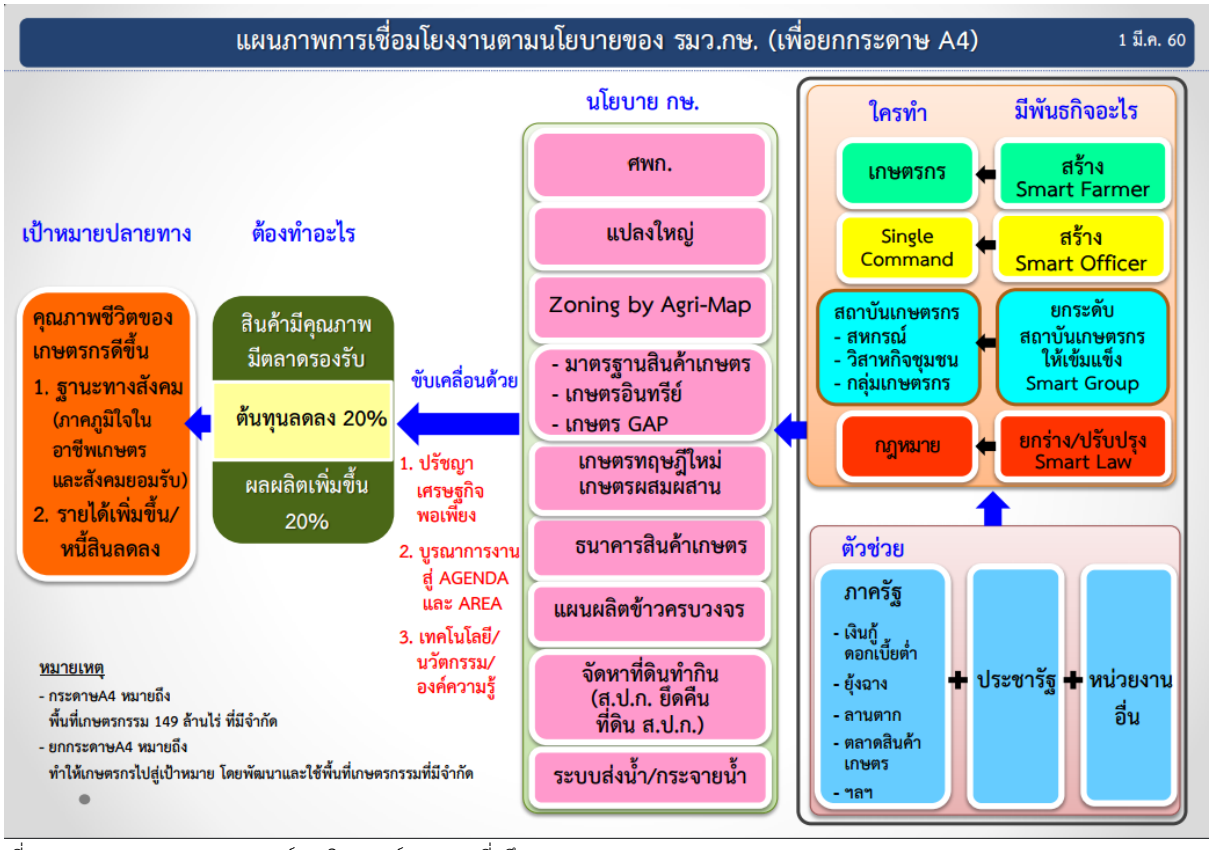
ภาคเกษตรยังคงมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เพราะนอกจากจะก่อให้เกิดรายได้แล้ว คนส่วนใหญ่ของประเทศยังมีอาชีพทำการเกษตร โดยผลมาจากการดำเนินนโยบายหลายด้าน รวมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรทำการเกษตรในแนวทฤษฎีใหม่ช่วยให้รายได้และความเป็นอยู่ของเกษตรกรโดยรวมดีขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังมีความแตกต่างของรายได้จากคนในภาคการเกษตรและภาคผลิตอื่นมาก ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้ในการผลิตสินค้าเกษตร ขณะเดียวกันการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคโลกาภิวัตน์ การรวมตัวทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศแบบบทวิภาคีและพยุหภาคี ได้ส่งผลกระทบที่สำคัญต่อภาคการเกษตรและเกษตรกรของไทย ทำให้ประเทศไทยต้องมีการปรับตัวรับสถานการณ์โดยเฉพาะเกษตรกร

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้จัดทำยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) เป็นกรอบใหญ่ในการดำเนินงานสนับสนุนภาคการเกษตร โดยมีวิสัยทัศน์ "เกษตรกรมั่นคง ภาคการเกษตรมั่งคั่ง ทรัพยากรเกษตรยั่งยืน" ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร
ยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและยกระดับมาตรฐานสินค้า
ยุทธศาสตร์ที่ 3 เพิ่มความสามารถในการแข็งขันภาคการเกษตรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม
ยุทธศาสตร์ที่ 4 บริหารจัดการทรัพยากรการเกษตรและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน
ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ

พร้อมด้วยการจัดทำแผนภาพการเชื่อมโยงนโยบายของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการเกษตรและสหกรณ์ (เพื่อยกกระดาษ A4) ให้เห็นภาพรวมในการทำงาน ทั้งนี้ในการขับเคลื่อนงานด้านเกษตรในระดับพื้นที่นั้น ต้องการให้ส่วนราชการได้นำแนวคิดเรื่องการเกษตรแบบ Zoning by Agri-Map ผนวกกับการใช้แผนที่ทางภูมิภาคไปช่วยพัฒนาการเกษตรให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่

แผนภาพที่ 2-1: แผนภาพการเชื่อมโยงงานตามนโยบายของ รมว.กษ. (เพื่อยกกระดาษ A4)



ที่มา: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การวิเคราะห์ของคณะที่ปรึกษา

แนวคิด “การยกกระดาษ A4” มีเป้าหมาย คือ ต้องการยกระดับคุณภาพชีวิตเกษตรกรให้ดีขึ้น และมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยจะต้องทำให้สินค้าเกษตรมีคุณภาพ ลดต้นทุนให้ได้ร้อยละ 20 และเพิ่มผลผลิตร้อยละ 20 ซึ่งก็คือการดำเนินงานตามนโยบายที่ได้กำหนดในปี พ.ศ. 2559 และต่อเนื่องปี พ.ศ. 2560 สามารถแบ่งเป็น 9 เรื่อง โดยมีความเชื่อมโยงกัน ดังนี้ การใช้ศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.) เป็นสถานที่เรียนรู้ จะนำไปสู่การผลิตร่วมกันแบบแปลงใหญ่ หากพื้นที่ที่เกษตรกรทำการผลิตอยู่ในปัจจุบันไม่เหมาะสมจะต้องมีการปรับเปลี่ยนไปสู่สินค้าที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าโดยอาศัย Agri-Map เป็นเครื่องมือ เกษตรกรต้องผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพตามมาตรฐาน GAP หรือพัฒนาสู่เกษตรอินทรีย์ ในขณะเดียวกันจะต้องสร้างความเข้มแข็งให้แก่เกษตรกรให้พออยู่พอกิน จะประยุกต์ใช้เกษตรทฤษฎีใหม่ เกษตรผสมผสานควบคู่กันไป โดยมีการสนับสนุนจากการทำธนาคารสินค้าเกษตร ธนาคารเมล็ดพันธุ์ การสร้างยุ้งฉางเพื่อให้เกษตรกรมีที่เก็บที่

ฝากสินค้าโดยไม่ต้องเร่งขาย โดยมีสินค้าหลักคือ ข้าว ซึ่งต้องดำเนินการผลิตตามแผนข้าวครบวงจร และการทำการเกษตรจะต้องมีระบบส่งน้ำและกระจายน้ำให้ทั่วถึง เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิต รวมถึงเกษตรกรที่ไม่มีที่ทำกิน จะต้องเร่งรัดการจัดสรรที่ดินของ ส.ป.ก. ทั้งพื้นที่ป่าเสื่อมโทรมที่ได้รับจากกรมป่าไม้ ที่ดินที่ยึดคืนตาม ม.44 และที่ดินเอกชนที่จะให้เกษตรกรทำกินตามแนวทางประชารัฐ ทั้งนี้ในการร่วมกันยกกระดาษ A4 จะต้องพัฒนาเกษตรกรให้เป็น Smart Farmer เพื่อให้สามารถนำนโยบายและเทคโนโลยีไปปฏิบัติในแปลงของตนเอง โดยใช้ ศพก.เป็นจุดเรียนรู้ ดังนั้น ภาครัฐต้องพัฒนา ศพก. ให้สามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ สนับสนุนการรวมกลุ่มเป็นสหกรณ์ เพื่อสร้างอำนาจการต่อรอง และพัฒนาไปสู่การดำเนินธุรกิจโดยเกษตรกร จะต้องยกระดับคุณภาพของสหกรณ์ให้เข้มแข็ง ในส่วนของเจ้าหน้าที่ภาครัฐก็ต้องพัฒนาให้เป็น Smart Officer มีความรู้ความสามารถในงานที่ทำ และอาศัยระบบสั่งการแบบ Single Command เพื่อบูรณาการในลักษณะ Agenda และ Area การดำเนินการดังกล่าวข้างต้น จะต้องได้รับการช่วยเหลือและสนับสนุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่โดยตรง รวมทั้งอาศัยความร่วมมือจากภาคเอกชนในรูปแบบพลังประชารัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ

2.1.4) ยุทธศาสตร์และแผนงานตามประเด็นสำคัญด้านอุตสาหกรรม การค้า การลงทุน

ภายใต้โมเดล ประเทศไทย3.0 ส่งผลให้ประเทศไทยเผชิญกับปัญหากับดักประเทศรายได้ขนาดปานกลาง (Middle Income Trap) ความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้หรือปัญหาความ ไม่เท่าเทียมกัน (Inequality Trap) และปัญหากับดักความไม่สมดุลของการพัฒนา (Imbalance Trap) อีกทั้งยังมีขีดความสามารถในการแข่งขันต่ำ การเติบโตของ GDP ภาคอุตสาหกรรมเฉลี่ยอยู่ที่เพียงร้อยละ 3 ต่อปี การลงทุนเติบโตเฉลี่ยเพียงร้อยละ 2 ต่อปี มูลค่าการส่งออกภาคอุตสาหกรรมขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5.4 ต่อปี และผลิตภาพรวม (Total Factor Productivity: TFP) ภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นเฉลี่ยเพียงร้อยละ 0.7 ต่อปี ซึ่งถือว่ายังอยู่ในระดับต่ำ และยังไม่มากพอที่จะนำไปสู่การขับเคลื่อนประเทศให้ก้าวสู่การเป็นประเทศรายได้สูงภายในปี พ.ศ. 2579 ได้ตามเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี

แผนภาพที่ 2-2: การปรับเปลี่ยนสู่เศรษฐกิจที่สร้างการเพิ่มรายได้

ที่มา: สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

การก้าวข้ามปัญหาดังกล่าวจำเป็นต้องมีการปฏิรูปประเทศอีกครั้งด้วยความร่วมมือของทุกภาคส่วนโดยใช้ โมเดลประเทศไทย 4.0 เป็นเครื่องมือในการนำประเทศให้ก้าวไปสู่การเป็นประเทศในโลกที่หนึ่งที่มีความมั่งคั่งและยั่งยืน พัฒนาจากประเทศรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศรายได้สูง โดยจะต้องมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจจากเดิมที่ขับเคลื่อนด้วยการพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตภาคอุตสาหกรรม ไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Innovation Drive Economy) ถือเป็น “ยุคแห่ง Smart Factory ที่เทคโนโลยีและอินเตอร์เน็ตเชื่อมต่อความต้องการผู้บริโภครายบุคคลและกระบวนการผลิต” มีการผสานเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรม เช่น การสร้างแบบจำลอง (Simulation) การบูรณาการระบบ (System Integration) การประมวลและเก็บข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ (Cloud Computing) การขึ้นรูปชิ้นงานด้วยเนื้อวัสดุ (Additive Manufacturing) การเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ตของสิ่งของ (IOT) การใช้เทคโนโลยี Augmented Reality (AR) การประมวลผลจาก Big Data การรักษาความปลอดภัยของข้อมูล (Cyber security) และการใช้หุ่นยนต์อัตโนมัติ (Autonomous Robots)

โดยยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (2560-2579) ของกระทรวงอุตสาหกรรมที่สามารถใช้ในการวางแนวทางการพัฒนา และนำไปสู่การประยุกต์รายพื้นที่ ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ปฏิรูปภาคอุตสาหกรรมไทยสู่อุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญา: เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย เพิ่มการใช้งานด้านดิจิทัลในการบริหารจัดการการผลิตในกลุ่ม SMEs เพิ่มจำนวนผู้ประกอบการฐานนวัตกรรม (Innovation Driven Enterprise: IDE ลดปริมาณของเสียและการปล่อยก๊าซ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของคลัสเตอร์อุตสาหกรรมเป้าหมาย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ปฏิรูปนิเวศอุตสาหกรรมรองรับอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญาปฏิรูปองค์กร : ภาครัฐ รองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมายเพิ่มมูลค่าการลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายในพื้นที่ เพิ่มการลงทุน R&D เพิ่มจำนวนนักวิจัย เพิ่มจำนวนสิทธิบัตรจดทะเบียนต่อประชากร และเพิ่มจำนวนแรงงานคุณภาพเพื่อรองรับอุตสาหกรรมเป้าหมาย

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เชื่อมโยงอุตสาหกรรมไทยกับเศรษฐกิจโลก: ปรับรูปแบบการผลิตของภาคการผลิตให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดโลกและปรับเปลี่ยนสู่ห่วงโซ่ที่มีมูลค่าสูง พัฒนารูปแบบและเพิ่มการใช้ดิจิทัลเพื่อการจัดหา วัตถุดิบและการทำตลาดระดับโลก เพิ่มการลงทุนของผู้ประกอบการไทยและเพิ่มการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติในกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย เพิ่มการขยายตัวของอุตสาหกรรม กลุ่มเป้าหมายไปยังตลาดต่างประเทศ

โดยกรอบแนวคิดหลักของยุทธศาสตร์นี้จะเน้นการ เสริมสร้างและต่อยอดอุตสาหกรรมหลักที่มีศักยภาพ (First S-curve) ซึ่งเป็นการลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมเดิมที่มีอยู่แล้วจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ปัจจัยผลิต โดยการลงทุนชนิดนี้จะส่งผลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะสั้นและระยะกลางในลักษณะการต่อยอดที่เน้นสร้างรากฐานที่มั่นคง และส่งผลให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมเดิมสู่การเป็น Value Added Industrial

ทิศทางการพัฒนาพื้นที่ชายแดน

เนื่องจากพื้นที่ชายแดนเป็นช่องทางการค้าที่สำคัญมากช่องทางหนึ่งของไทยในการเปิดตลาดไปสู่นานาประเทศ จึงทำให้การพัฒนาพื้นที่ชายแดนเปรียบเสมือนการเตรียมความพร้อมสำหรับระดับการค้าที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งในด้านประสิทธิผล ประสิทธิภาพ และผลิตภาพ ซึ่งภาครัฐมีแนวทางการพัฒนาพื้นที่ชายแดนดังต่อไปนี้

แนวทางการพัฒนา

1. ส่งเสริมและอำนวยความสะดวกการลงทุน: ให้สิทธิประโยชน์ ตั้งศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ กำหนดการใช้ประโยชน์พื้นที่ให้สอดคล้องกับกิจกรรมเป้าหมาย และพัฒนาเมืองชายแดนรองรับ
2. พัฒนากิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสอดคล้องกับศักยภาพพื้นที่: พัฒนากิจกรรมการผลิต การค้า โลจิสติกส์ บริการ ท่องเที่ยว ยกระดับคุณภาพโดยใช้เทคโนโลยีระดับสูง และวิจัยพัฒนา
3. ส่งเสริมให้ภาคประชาชนและภาคีการพัฒนามีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์: เพิ่มศักยภาพวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการ ให้ภาคประชาสังคมมีส่วนร่วม พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางสังคม
4. บริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมภายใต้กระบวนการมีส่วนร่วม: การอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม แก้ปัญหาขยะมูลฝอย ส่งเสริมการ ลดใช้ ใช้ซ้ำ นำกลับมาใช้ใหม่ มีมาตรการควบคุมผลกระทบที่อาจมีต่อพื้นที่รอบนอก SEZ
5. บริหารจัดการด้านสาธารณสุข แรงงาน และความมั่นคง

2.1.5) ยุทธศาสตร์และแผนงานตามประเด็นสำคัญด้านการท่องเที่ยว

สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยที่ผ่านมาในปี 2559 พบว่าทั้งรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดย รายได้จากการท่องเที่ยวเท่ากับ 1,633,154.68 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.08 จากปีที่ผ่านมา มีจำนวนนักท่องเที่ยวรวม 32,529,588 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.71 จากปีที่ผ่านมา รวมไปถึงทั้งวันพักเฉลี่ย และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันมีอัตราเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน ชี้ให้เห็นถึงศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีแนวโน้มที่ดีและเป็นภาคเศรษฐกิจหลักที่สร้างรายได้ให้กับพื้นที่ได้ ทั้งยังสามารถใช้การท่องเที่ยวเชื่อมโยงไปยังด้านอื่นๆ ในพื้นที่ เช่น สินค้าชุมชน การบริการในพื้นที่ ซึ่งจะเป็นส่วนช่วยให้เศรษฐกิจในพื้นที่เติบโตไปด้วยกันได้

ในปัจจุบันการยุทธศาสตร์สนับสนุนการท่องเที่ยวอยู่ในช่วงของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ประกอบด้วย 5 ประเด็นยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยว

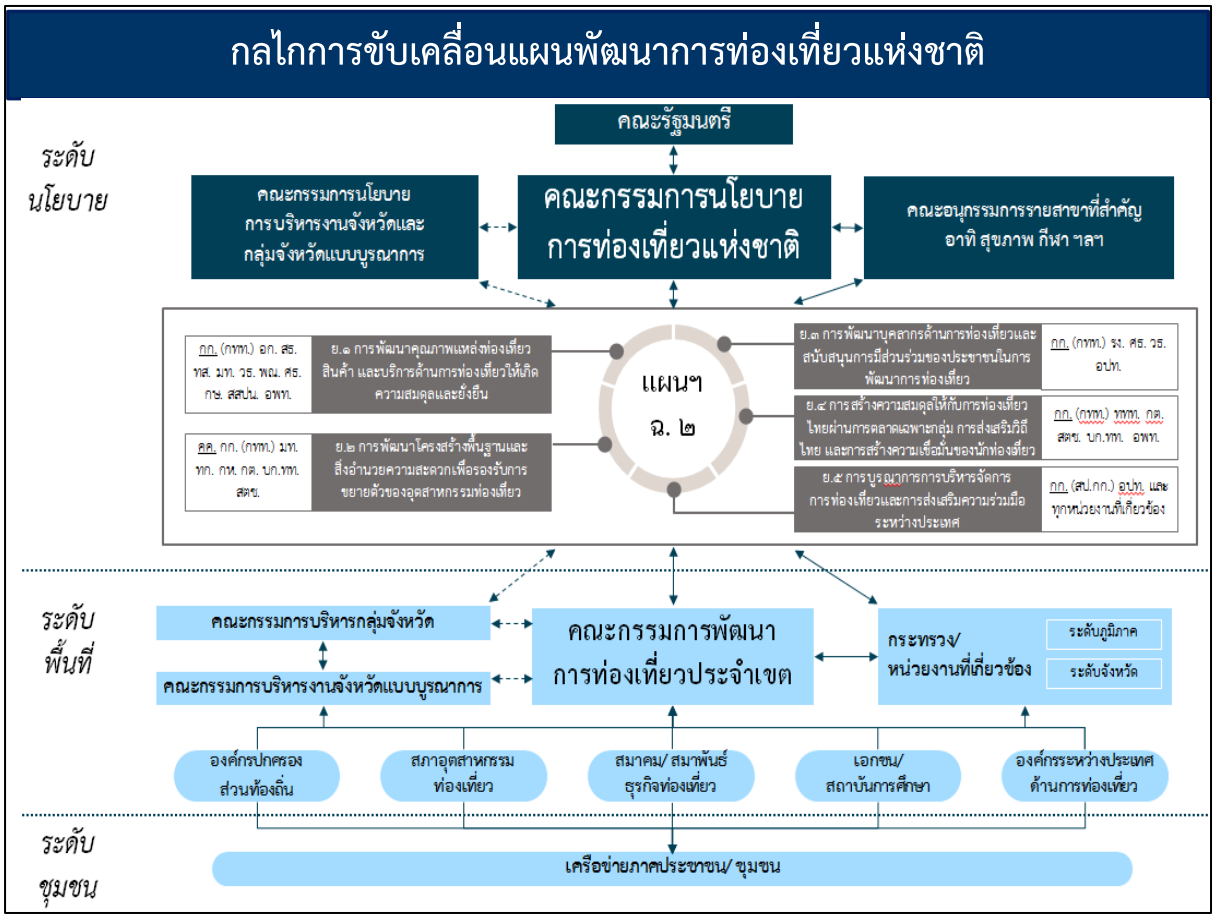
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ

พร้อมมีกลไกการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติลงไปถึงระดับเครือข่ายประชาชนในพื้นที่ให้มีส่วนร่วมการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว พร้อมทั้งการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสมบูรณ์ไม่เสื่อมโทรม ตามหลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน พร้อมแผนพัฒนาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทั่วประเทศรวม 9 เขต ดังนี้

แผนภาพที่ 2-3: กลไกการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ



1. เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ได้แก่ จังหวัด เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง และพะเยา
2. เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ได้แก่ จังหวัด นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี
3. เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ได้แก่ จังหวัด ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด
4. เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก ได้แก่ จังหวัด เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง
5. เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน ได้แก่ จังหวัด ภูเก็ต กระบี่ พังงา ตรัง และสตูล
6. เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง ได้แก่ จังหวัดหนองคาย เลย นครพนม มุกดาหาร และบึงกาฬ
7. .เขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม ได้แก่ จังหวัดสุโขทัย กำแพงเพชร พิษณุโลก และตาก
8. เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง ได้แก่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สิงห์บุรี อ่างทอง ปทุมธานี และนนทบุรี
9. เขตพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่เกาะทะเลใต้ ได้แก่ เกาะสมุย พะงัน เกาะเต่า และหมู่เกาะอ่างทอง (กำลังเตรียมการประกาศ)

พร้อมทั้งการมุ่งให้ประเทศไทยเป็น 6 ศูนย์กลางการท่องเที่ยวในอาเซียน ประกอบด้วย 1) ศูนย์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา 2) ศูนย์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 3) ศูนย์การจัดงานแต่งงาน 4) ศูนย์การท่องเที่ยวทางน้ำ 5) ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชื่อมโยง (ASEAN Connect) 6) Gastronomy Tourism

<u>ด้านการส่งเสริมการตลาด</u>

ด้านการส่งเสริมตลาดต่างประเทศ ททท. มีความมุ่งมั่นให้ประเทศไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยว สร้างรายได้อย่างยั่งยืน โดยเน้นการเติบโตของรายได้มากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยว อีกทั้งให้เกิดการกระจายรายได้ กระจายนักท่องเที่ยวไปสู่ท้องถิ่นอย่างแท้จริง จึงร่วมกับผู้ประกอบการ กำหนดทิศทางการทำการตลาดแบบเจาะกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน ได้แก่ การเจาะกลุ่มตลาดใหม่ อาทิ กลุ่มมุสลิม กลุ่มนักธุรกิจรุ่นใหม่ พร้อมทั้งเจาะตลาดใหม่ในเชิงพื้นที่ที่มีศักยภาพในการจ่ายสูง เช่น กลุ่มประเทศ BRIC อาร์เจนติน่า ยุโรปตะวันออก เป็นต้น การขยายฐานตลาดที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย โดยขยายฐานตลาดกลุ่มรายได้ต่อคนตั้งแต่ 20,000 เหรียญสหรัฐ/คน/ปี ขึ้นไป นำเสนอสินค้า luxury และ creative tourism เป็นจุดดึงดูดให้เกิดการใช้จ่าย การรักษาฐานตลาดเดิมที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย อาทิ กลุ่มผู้หญิง กลุ่มครอบครัว และ กลุ่ม Baby Boomer และ การให้ความสำคัญการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศในกลุ่มอาเซียน ดึงตลาดยุโรปและอเมริกาให้เข้ามาท่องเที่ยวไทยแบบเชื่อมโยงในเส้นทาง ASEAN Connectivity และการเดินทางท่องเที่ยวกันเองในกลุ่ม CLMV

ด้านการส่งเสริมตลาดในประเทศ เน้นการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน (Strength From Within) ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ ทำให้คนไทยมองเห็นคุณค่าความเป็นไทย จนเกิดความรักและความภาคภูมิใจในประเทศ สร้างความรู้สึกการเป็นเจ้าของ (Sense of Belonging) ที่จะร่วมกันดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม คงเอกลักษณ์ความเป็นไทย และเป็นเจ้าบ้านที่ดี โดย ททท. จะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเปิดมุมมองใหม่ทางการท่องเที่ยวจากการสัมผัส และมีส่วนร่วมกับประสบการณ์เอกลักษณ์เฉพาะแต่ละท้องถิ่นของไทยภายใต้จุดขายเชิง คุณค่าของแต่ละภูมิภาค (ภาคเหนือ-เหนือฝัน ล้านแรงบันดาลใจ ภาคอีสาน-อีสานแซ่บนัว ภาคกลาง-สุขกลางใจ ใกล้แค่เอื้อม ภาคตะวันออก-สีสันตะวันออก และภาคใต้-ปักษ์ใต้ ปักหมุดหยุดเวลา) เพื่อให้เกิดการส่งต่อประสบการณ์ ความรู้ และความประทับใจจากการ ท่องเที่ยวแก่ผู้อื่น (User-Generated Content) ในรูปแบบ Viral Marketing ทั้งนี้ในปี 2561 ที่กำลังจะถึง ทาง ททท. ได้กำหนด Theme ส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวให้เป็น “ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน 2561” (Amazing Thailand Tourism Year 2018) เพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและความพร้อม บนพื้นฐานความโดนเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของไทย โดยคำนึงถึงความสมดุลและยั่งยืน สอดคล้องกับกระแสความต้องการของประชากรโลก และ เจตนารมณ์ของ UNWTO และมุ่งเน้นการเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวคุณภาพและรักษาฐานตลาดเดิม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม

จากผลการศึกษาภาพรวมยุทธศาสตร์ด้านการเกษตร ด้านอุตสาหกรรม การค้า การลงทุน และด้านการท่องเที่ยว พร้อมกับทิศทางการพัฒนาของพื้นที่ตามนโยบายและยุทธศาสตร์ชาติที่เกี่ยวข้อง มีสรุปกรอบแนวทางในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจ แสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 2-1: ภาพรวมทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจสามารถจำแนกรายกลุ่มจังหวัด

กลุ่มจังหวัด	ทิศทางการพัฒนา ด้านการเกษตร	ทิศทางการพัฒนา ด้านการอุตสาหกรรม การค้า และการลงทุน	ทิศทางการพัฒนา ด้านการท่องเที่ยว
กลุ่มที่ 1 (กาญจนบุรี นครปฐม ราชบุรี สุพรรณบุรี)	สินค้าและบริการด้านสุขภาพ (แหล่งผลิตสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม พาณิชยกรรมเพื่อการส่งออก)		ท่องเที่ยวอารยธรรมทวารวดี (ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม)
		ประตูเศรษฐกิจสู่เอเชีย (การค้าการลงทุนสู่สากล)	
กลุ่มที่ 2 ประจวบฯ เพชรบุรี) (สมุทรสาคร สมุทรสงคราม	● การเกษตร (เกษตรแปรรูป) ● การประมง (ประมง ประมงชายฝั่ง ประมงแปรรูป)		การท่องเที่ยว (เชิงธรรมชาติ ทะเล นิเวศ วัฒนธรรม เกษตร)
กลุ่มที่ 3 (นนทบุรี ปทุมธานี สระบุรี พระนครศรีอยุธยา)	อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์และเกษตรเชิงสร้างสรรค์		การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม
กลุ่มที่ 4 (ชัยนาท ลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง)	พัฒนาการตลาด ระบบ Logistics และการผลิตอาหารปลอดภัย		สร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวจากฐานความรู้ทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น
กลุ่มที่ 5 (ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี สระแก้ว นครนายก สมุทรปราการ)	แหล่งผลิตเกษตรปลอดภัย (พืชผัก ปลากะพง ไข่ไก่ และสุกร)	● อุตสาหกรรมเชิงนิเวศ เกษตรแปรรูปและสมุนไพร ● เส้นทาง การค้าการลงทุน การคมนาคม และการค้าภาคตะวันออกของไทยสู่อินโดจีน	แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สุขภาพ และ วัฒนธรรม

กลุ่มจังหวัด	ทิศทางการพัฒนา ด้านการเกษตร	ทิศทางการพัฒนา ด้านการอุตสาหกรรม การค้า และการลงทุน	ทิศทางการพัฒนา ด้านการท่องเที่ยว
กลุ่มที่ 6 (จันทบุรี ชลบุรี ระยอง ตราด)	เกษตรคุณภาพปลอดภัยเพื่อการส่งออก	● อุตสาหกรรมสีเขียว ● การค้าและการลงทุนในพื้นที่เศรษฐกิจใหม่ (ท่าเทียบเรือ เศรษฐกิจชายแดน)	การท่องเที่ยวที่หลากหลาย (ชายทะเล เชิงนิเวศ ท่องเที่ยวโดยชุมชน)
กลุ่มที่ 7 (เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน)	Food Valley (เกษตรอินทรีย์ เกษตรปลอดภัย)	● Northern Land port (สนามบินนานาชาติ การค้าชายแดน โลจิสติกส์และนิคมอุตสาหกรรม) ● Health and Wellness (ศูนย์กลางการแพทย์ ภูมิปัญญา ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ)	เมืองท่องเที่ยวสู่สากล (ท่องเที่ยวเชิงอารยธรรมและสร้างสรรค์)
กลุ่มที่ 8 (น่าน พะเยา เชียงราย แพร่)	สินค้าเกษตรคุณภาพดีและปลอดภัย (ข้าว ลำไย ยางพารา โคเนื้อ สมุนไพร)	ศูนย์กลางการขนส่งและการกระจายสินค้าเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศ GMS, AEC และด่านการค้าชายแดน	ศูนย์กลางเมืองท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
กลุ่มที่ 9 (ตาก พิษณุโลก สุโขทัย เพชรบูรณ์ อุตรดิตถ์)	เกษตร (ข้าว อ้อย มัน สำปะหลัง แปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตร)	การค้าชายแดน อุตสาหกรรม โลจิสติกส์	ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประวัติศาสตร์
กลุ่มที่ 10 (กำแพงเพชร พิจิตร นครสวรรค์ อุทัยธานี)	การยกระดับคุณภาพและมาตรฐานสินค้าเกษตรปลอดภัย	-	การท่องเที่ยวธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่ได้มาตรฐาน
กลุ่มที่ 11 (หนองคาย เลย อุดรธานี หนองบัวลำภู บึงกาฬ)	เกษตร: เกษตรอินทรีย์ในทุกกระบวนการผลิต	พัฒนาเศรษฐกิจ: เศรษฐกิจดี เดินทางสะดวก มีระบบสาธารณูปโภคที่มีมาตรฐาน มีการเปิดพื้นที่เศรษฐกิจใหม่ และนิคมอุตสาหกรรมขนาดใหญ่	ท่องเที่ยว: ประวัติศาสตร์ อารยธรรม ประเพณีวัฒนธรรม

กลุ่มจังหวัด	ทิศทางการพัฒนา ด้านการเกษตร	ทิศทางการพัฒนา ด้านการอุตสาหกรรม การค้า และการลงทุน	ทิศทางการพัฒนา ด้านการท่องเที่ยว
กลุ่มที่ 12 (นครพนม มุกดาหาร สกลนคร)	การเกษตร: พัฒนาการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มทางการเกษตร	การลงทุน: เพิ่มขีดความสามารถด้านการค้า การลงทุนแก่ผู้ประกอบการในพื้นที่ ส่งเสริมนวัตกรรม	การท่องเที่ยว: ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม
กลุ่มที่ 13 (นครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดสุรินทร์)	● แหล่งผลิตสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัย (ข้าวหอมมะลิ มันสำปะหลัง โคเนื้อ กระบือ และแพะ) ● แหล่งผลิตผลิตภัณฑ์ไหมระดับประเทศ	ประตูสู่อีสาน และเชื่อมโยงการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน	แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งการท่องเที่ยว อารยธรรมขอมเชิงนิเวศน์ การกีฬาที่มีชื่อเสียง
กลุ่มที่ 14 (อำนาจเจริญ ศรีสะเกษ ยโสธร อุบลราชธานี)	อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปและเกษตรอินทรีย์เพิ่มมูลค่า (ข้าวหอมมะลิ พืชเศรษฐกิจ ปศุสัตว์และประมง เกษตรอินทรีย์)		การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ (วัฒนธรรม ธรรมชาติ อารยธรรมขอม เชิงอนุรักษ์)
		การค้าชายแดนได้มาตรฐานสากล	
กลุ่มที่ 15 (ร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม กาฬสินธุ์)	แหล่งผลิตพลังงานทดแทน (มันสำปะหลัง อ้อย)		ท่องเที่ยวเชิงประเพณีวัฒนธรรมและยุคก่อนประวัติศาสตร์
	ฐานการผลิตและแปรรูปการเกษตรที่ได้มาตรฐาน (ข้าวเหนียวเขาวง ข้าวหอมมะลิ) ไหมไทยสู่สากล		
กลุ่มที่ 16 (ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง)	การเพิ่มมูลค่าภาคการผลิตเกษตร ประมง และปศุสัตว์ ให้มีมาตรฐานความปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม		การท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานและคุณภาพระดับโลก
กลุ่มที่ 17 (ชุมพร สุราษฎร์ธานี พัทลุง นครศรีธรรมราช)	● ศูนย์กลางการสร้างสรรค์เศรษฐกิจ การเกษตร (ยางพารา ปาล์มน้ำมัน ไม้ผล ประมง ปศุสัตว์) ● เครือข่ายคมนาคมโลจิสติกส์เชื่อมโยงภูมิภาค		ศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับนานาชาติ
กลุ่มที่ 18 (สงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา นราธิวาส)	การสร้างมูลค่าเพิ่มยางพารา	การค้าชายแดน การลงทุน และระบบโลจิสติกส์	การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรม

2.2 จุดประกายความคิดด้วยแนวคิดการวิเคราะห์ดักอนาคต (Prospective Analysis)

ในการพัฒนาและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่เหมาะสม สิ่งสำคัญประการแรกที่ต้องทำความเข้าใจความหมายของคำว่า “ยุทธศาสตร์ (Strategy)” โดยตารางข้างล่างนี้ แสดงให้เห็นถึงตัวอย่างของการเปรียบเทียบระหว่างงานที่เป็นงานเชิงยุทธศาสตร์ กับงานที่ไม่ใช่งานเชิงยุทธศาสตร์

ตารางที่ 2-2: ตัวอย่างการเปรียบเทียบรูปแบบงานที่เป็นงานเชิงยุทธศาสตร์และงานที่ไม่ใช่เชิงยุทธศาสตร์

งานเชิงยุทธศาสตร์	งานที่ไม่ใช่เชิงยุทธศาสตร์
● การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในอนาคต ● การปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ● การขับเคลื่อนองค์กรสู่อนาคตอย่าง ● เติบโตและเข้มแข็ง ● สรุป: การบริหาร ”ดักอนาคต“	● งานปกติตามอำนาจหน้าที่ ● งานประจำวัน ● การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ● การตัดสินใจโดยยึดหลักกฎหมาย ● การแก้ปัญหาที่ยึดวิธีการในอดีต ● การทำงานตามคำสั่ง

2.2.1) การวิเคราะห์เพื่อการพัฒนายุทธศาสตร์

ทั้งนี้ ก่อนที่จะมีการพัฒนายุทธศาสตร์ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพก็จะต้องมีการวิเคราะห์ (Analysis) ที่เหมาะสมด้วย โดยตามหลักการแล้ว การวิเคราะห์นั้นอาจหมายรวมถึงกระบวนการการแยกแยะ (Separation) สาระ (Substance / Matter) ออกเป็นส่วนประกอบย่อยๆ (Constituent elements) เพื่อค้นหาความสัมพันธ์ของส่วนประกอบย่อยๆ (Relationship of Constituent elements) ซึ่งประเภทของการวิเคราะห์อาจมีได้ทั้งการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) ก็ได้

ตัวอย่างของการวิเคราะห์ข้อมูลที่มาใช้ประโยชน์ในการวางแผนยุทธศาสตร์นั้นมีหลากหลายมาก ไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์บริบทและปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการกำหนดยุทธศาสตร์ อาทิ การวิเคราะห์ศักยภาพตั้งแต่การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก ผ่านเครื่องมือ (PEST Analysis) ประกอบกับการวิเคราะห์ปัจจัยภายในโดยการประเมินสถานการณ์ในมิติต่างๆ เช่น ภาพรวมเศรษฐกิจ ที่ตั้ง ทรัพยากรธรรมชาติ โครงสร้างพื้นฐาน บุคลากร เป็นต้น ซึ่งท้ายที่สุดนำมาสู่การวิเคราะห์ศักยภาพผ่านกรอบแนวคิด SWOT Analysis ก่อนที่จะมีการนำผลจากการวิเคราะห์ดังกล่าวไปพัฒนายุทธศาสตร์ต่อไป

การวิเคราะห์ที่เป็นภาพย่อยลงอีกระดับหนึ่งคือการวิเคราะห์เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ ที่มักจะมีการใช้ข้อมูลที่หลากหลายที่สะท้อนต่อผลการดำเนินงานหรือการตอบรับของผลิตภัณฑ์มาเทียบเคียงกัน อาทิ ยอดขาย /ยอดส่งออก ความพึงพอใจของผู้บริโภค ระดับมาตรฐานและคุณภาพ ปริมาณการการผลิต จำนวนตามความต้องการของผู้ซื้อ หรือแม้กระทั่งการสร้างรายได้ให้ผู้เกี่ยวข้องจำนวนมาก ข้อมูลดังกล่าวนี้แม้ว่าอาจจะไม่ได้สะท้อนศักยภาพในภาพใหญ่ทั้งหมด แต่ก็สามารถช่วยชี้นำไปสู่การพัฒนาโครงการหรือแผนงานที่เกี่ยวข้องได้

<u>ตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์</u>

การขับเคลื่อนและบริหารยุทธศาสตร์ในพื้นที่นั้น มีประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญที่หลากหลายมาก พื้นที่สามารถเลือกที่จะดำเนินการทุกอย่าง หรือจะเลือกที่จะขับเคลื่อนเฉพาะบางประเภทก็ได้เช่นกัน แนวคิดผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) นับว่าเป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้บริหารตัดสินใจในการเลือกที่ขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์หรือสินค้าบางประเภทได้ โดยอาศัยหลักการของการประเมินและคัดเลือกประเด็นให้ชัดมากที่สุด เพื่อที่จะพัฒนาโครงการและสนับสนุนงบประมาณไปในเรื่องที่ชัดเจนมากที่สุด ตัวอย่างเช่น

- เศรษฐกิจ -> เกษตร -> พืช -> ข้าว -> ข้าวหอมมะลิ
- เศรษฐกิจ -> ท่องเที่ยว -> ท่องเที่ยวธรรมชาติ -> ท่องเที่ยวทางทะเล

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่าหากสามารถเจาะลึกลงไปในรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ศักยภาพมากเพียงใด ก็จะช่วยให้สามารถพัฒนาโครงการหรือแผนงานที่ชัดเจนและเฉพาะเจาะจงกับผลิตภัณฑ์นั้นได้มากขึ้น

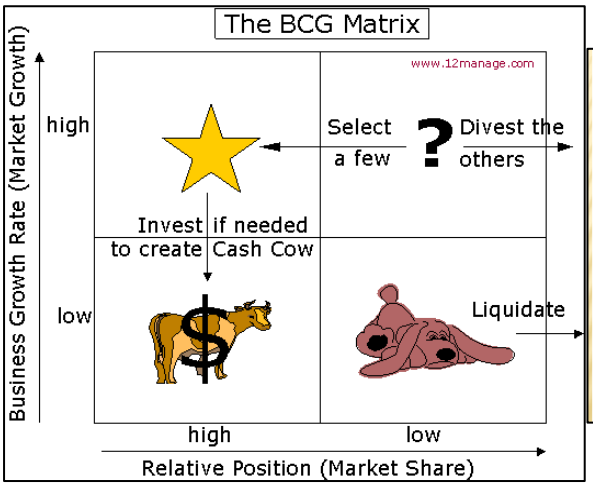
เพื่อให้การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ศักยภาพมีความเหมาะสมและสะท้อนศักยภาพที่แท้จริงของพื้นที่ได้อย่างจริงจัง จึงมีกานำเครื่องมือที่เรียกกันว่า “BCG Matrix Model” เข้ามาใช้เป็นหนึ่งในเครื่องมือหลักในการประเมิน ตามหลักการนั้น BCG Matrix Model คือ แบบจำลองใช้วิเคราะห์ว่าตลาดสินค้าหนึ่งๆ ว่ามีความน่าสนใจมากน้อยเพียงใด โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณา เกณฑ์ 2ซึ่งประกอบไปด้วย

1) ส่วนแบ่งตลาดเชิงเปรียบเทียบ (Relative Market Share) เป็นการเปรียบเทียบกับคู่แข่งว่าส่วนแบ่ง 7 ตลาดของสินค้านั้นๆ มีส่วนแบ่งการตลาดเมื่อเทียบกับสินค้าคู่แข่งเป็นอย่างไร

2) อัตราเติบโตของตลาด (Market Growth Rate) คืออัตราการเติบโตของตลาดสินค้าประเภทนั้น มีอัตราการขยายตัวของตลาดสินค้าทั้งตลาดเป็นอย่างไร

ซึ่งหลังจากที่มีนำข้อมูลของผลิตภัณฑ์มาพิจารณาตามเกณฑ์ข้างต้นแล้ว ก็จะต้องมีการนำข้อมูลเหล่านั้นมาพิจารณาและเปรียบเทียบร่วมกันตามกรอบในแผนภาพข้างล่างนี้

แผนภาพที่ 2-4: แนวทางการประเมินผลิตภัณฑ์ตาม BCG Matrix Model



Star : ตลาดเติบโตสูง และมี Market Share สูง ควรขยายตลาด ลงทุนเพิ่ม เช่น Eco car	Question marks : ความสามารถในการแข่งขันต่ำ แต่มี Market growth สูง แสดงว่ามีโอกาสดี แต่ Market Share ยังต่ำ เช่น Smartphone
Cash cows : ธุรกิจที่ Market growth ต่ำ แต่ Market Share ยังสูงอยู่ เช่น รถกระบะ 2 ตัน	Dogs: ธุรกิจที่ไม่โต และมีจุดอ่อนเยอะ มี Market Share ต่ำ Market growth ต่ำ เช่น เทปคาสเซท

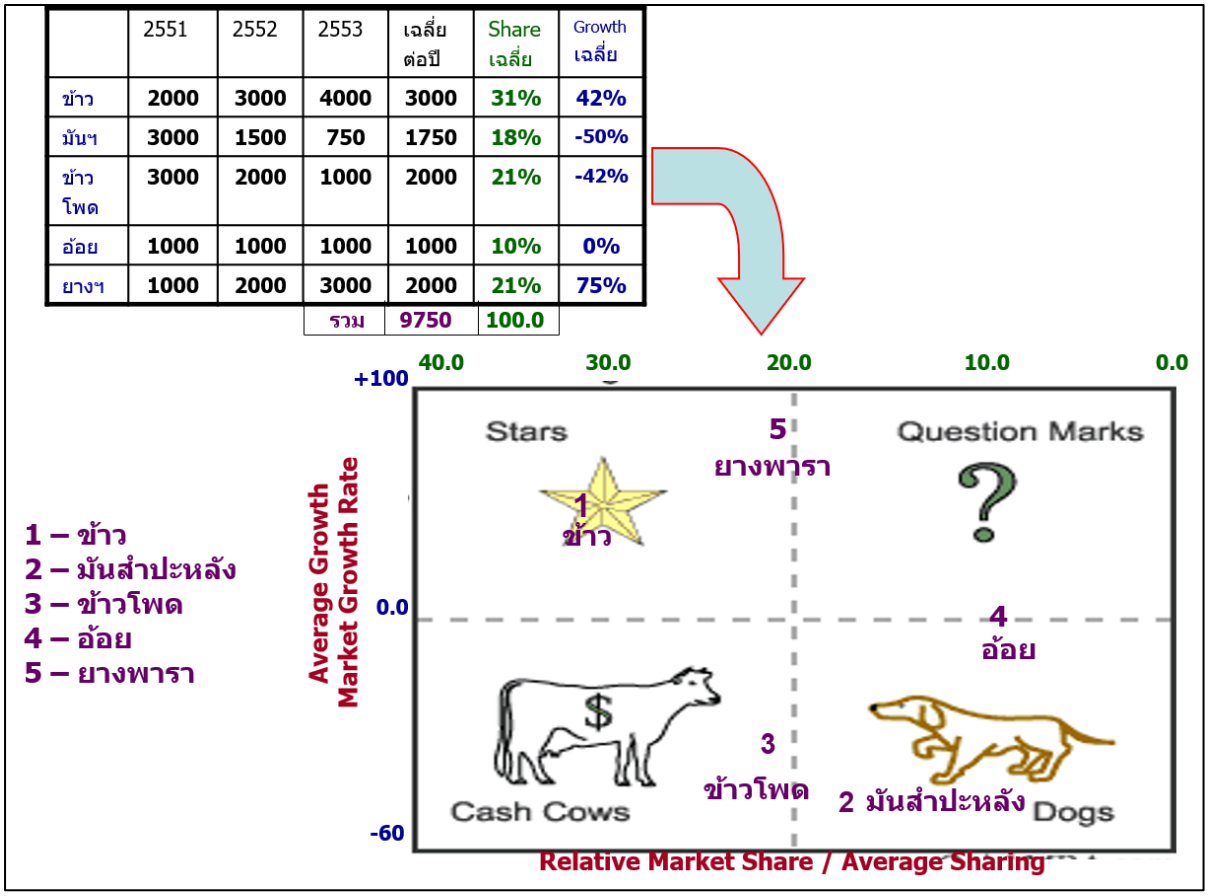
จากแผนภาพจะเห็นได้ว่าหากผลิตภัณฑ์ใดที่ตกอยู่ในช่อง ดาว (Star) นั้น จะถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพสูง แต่หากตกในช่องวัว (Cash Cow) หรือเครื่องหมายคำถาม (Question Mark) อาจแสดงให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์ที่อาจยังมีโอกาสสร้างมูลค่าหรือเติบโตในตลาดได้อยู่ แต่หากผลิตภัณฑ์นั้นตกอยู่ในช่องสุนัข (Dog) ก็อาจแสดงว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่สูญเสียจุดแข็งไปแล้ว และมีแนวโน้มไม่ได้รับการตอบรับสูง

ตัวอย่างในแผนภาพข้างล่างนี้ แสดงให้เห็นถึงแนวทางการคำนวณและวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ศักยภาพในกลุ่มของสินค้าเกษตร ซึ่งจะเห็นได้ว่า ข้าวและยางพารา เป็นพืชที่ตกในช่องดาว (Star) แสดงให้เห็นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพสูง ในขณะที่มันสำปะหลังตกอยู่ในช่องสุนัข (Dog) แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มที่กำลังลดลง

ทั้งนี้ แม้ว่าเครื่องมือดังกล่าวจะมีประโยชน์ในการวิเคราะห์ แต่ข้อจำกัดสำคัญของการใช้งานเครื่องมือดังกล่าวนั้น คือการวิเคราะห์เปรียบเทียบควรเป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน เพื่อป้องกันการอคติของข้อมูล (Bias)

แผนภาพที่ 2-5: ตัวอย่างการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เกษตรตาม BCG Matrix Model

	2551	2552	2553	เฉลี่ยต่อปี	Share เฉลี่ย	Growth เฉลี่ย
ข้าว	2000	3000	4000	3000	31%	42%
มันฯ	3000	1500	750	1750	18%	-50%
ข้าวโพด	3000	2000	1000	2000	21%	-42%
อ้อย	1000	1000	1000	1000	10%	0%
ยางฯ	1000	2000	3000	2000	21%	75%
			รวม	9750	100.0	

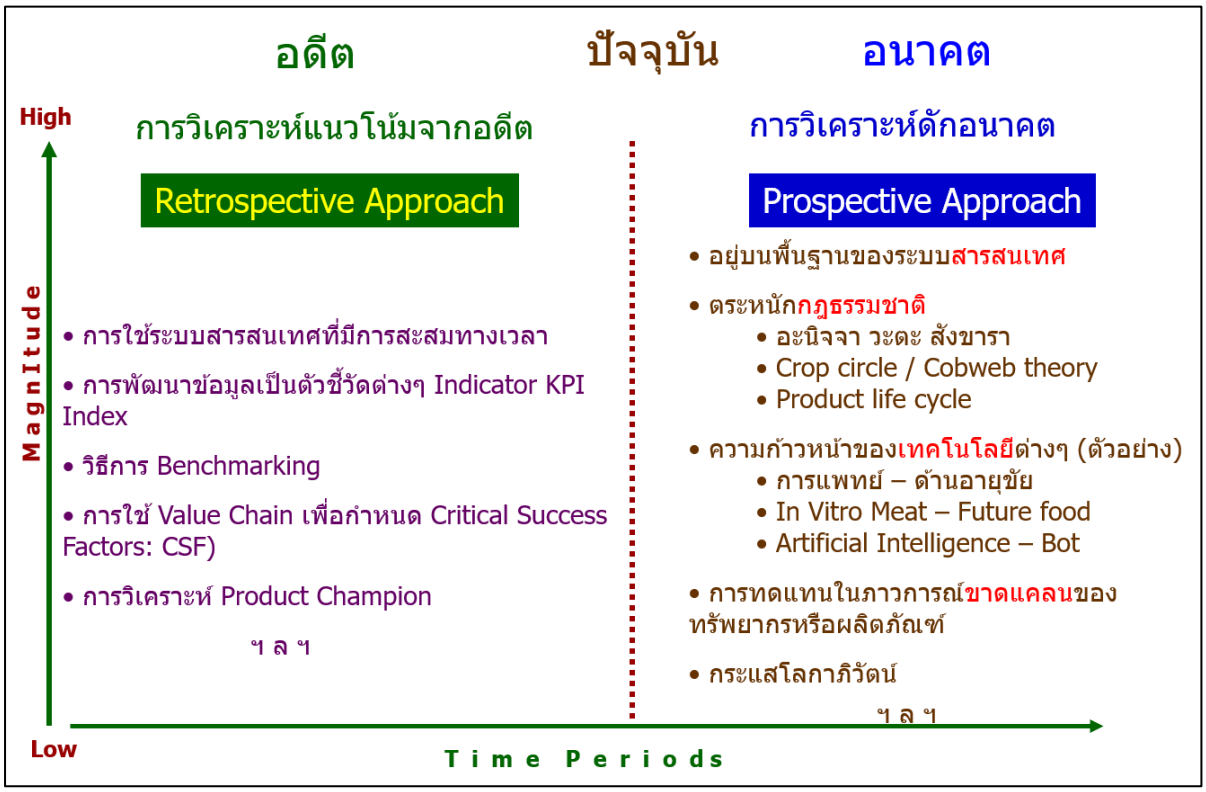


2.2.2) การวิเคราะห์ดักอนาคต (Prospective Analysis)

เป็นที่น่าสังเกตว่าจากเนื้อหาในส่วนของการวิเคราะห์ที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ล้วนเป็นการวิเคราะห์จากข้อมูลที่เกิดขึ้นจากอดีตทั้งสิ้น หรือที่เรียกว่า Retrospective Analysis โดยจะเป็นการนำข้อมูลที่ผ่านมาเพื่อนำมาวิเคราะห์หาแนวโน้ม หารูปแบบ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์สิ่งที่สามารถปรับปรุงหรือพัฒนาได้ในอนาคต และแม้การวิเคราะห์ที่กล่าวมาเป็นรูปแบบการวิเคราะห์ที่มีการดำเนินการกันอย่างแพร่หลาย แต่ด้วยสถานการณ์พร้อมๆกับผลวัตรการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นบนโลกในปัจจุบันนั้นรวดเร็วและรุนแรงมาก การวิเคราะห์โดยการอ้างอิงจากข้อมูลในอดีตเพียงอย่างเดียว อาจไม่สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ (Radical Change) ที่ส่งผลกระทบในวงกว้างได้ ด้วยเหตุนี้จึงมีแนวคิดในการนำเอาประเด็นหรือแนวโน้มสำคัญที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตเข้ามาเพื่อใช้วิเคราะห์และดักอนาคตหรือสิ่งที่อาจจะเกิดขึ้นได้ หรือที่เรียกว่า Prospective Analysis

การวิเคราะห์ดักอนาคต (Prospective Analysis) จะเป็นการจับกระแส เทคโนโลยี หรือการพัฒนาที่สำคัญที่เกิดขึ้นบนโลกในทุกระดับ และนำมาพิจารณาร่วมกับสิ่งที่พัฒนาอยู่ เพื่อใช้ในการคาดการณ์ พร้อมๆกับร่วมพัฒนาให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในอนาคตขึ้นมาได้ ซึ่งแผนภาพข้างล่างนี้ ได้เปรียบเทียบสรุปแนวคิดของรูปแบบการวิเคราะห์แบบ Retrospective และ Prospective ไว้ดังนี้

แผนภาพที่ 2-6: การเปรียบเทียบการวิเคราะห์แบบ Retrospective และ Prospective



2.2.3) ตัวอย่างของการพัฒนาในปัจจุบันที่สามารถนำเข้ามาใช้ในการวิเคราะห์ดักอนาคต

1. ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence)

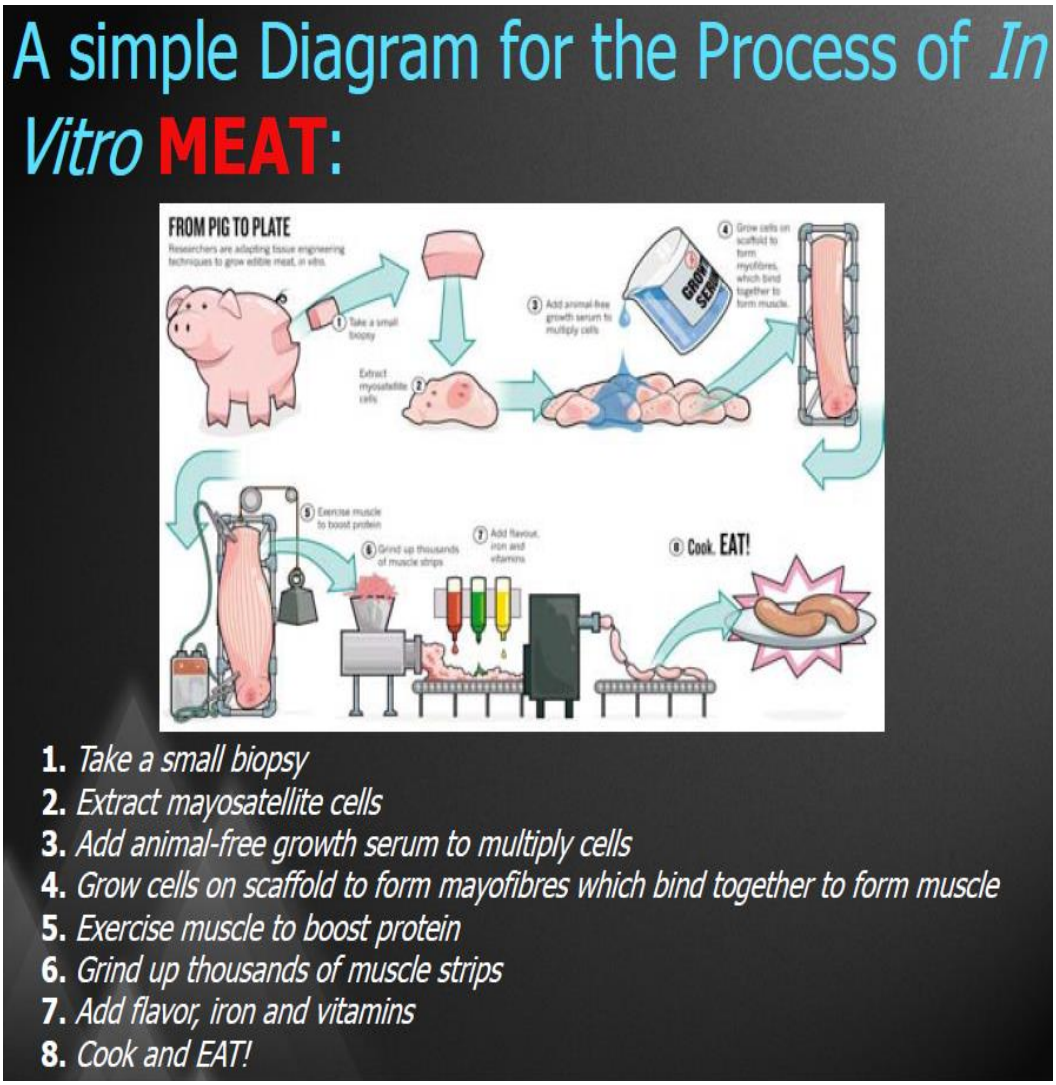
ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) หรือ เอไอ (AI) หมายถึง ความฉลาดเทียมที่สร้างขึ้นให้กับสิ่งที่ไม่มีชีวิต ปัญญาประดิษฐ์เป็นสาขาหนึ่งในด้านวิทยาการคอมพิวเตอร์ และวิศวกรรมเป็นหลัก แต่ยังรวมถึงศาสตร์ในด้านอื่นๆอย่างจิตวิทยา ปรัชญา หรือชีววิทยา ซึ่งสาขาปัญญาประดิษฐ์เป็นการเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการการคิด การกระทำ การให้เหตุผล การปรับตัว หรือการอนุมาน และการทำงานของสมอง แม้ว่าดังเดิมนั้นเป็นสาขาหลักในวิทยาการคอมพิวเตอร์ แต่แนวคิดหลายๆ อย่างในศาสตร์นี้ได้มาจากการปรับปรุงเพิ่มเติมจากศาสตร์อื่นๆ โดยในปัจจุบันมีการนำ AI ไปดัดแปลงเข้ากับการใช้งานในหลากหลายอุตสาหกรรมมากขึ้น ซึ่งช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และใช้แรงงานน้อยลงอีกด้วย

แผนภาพที่ 2-7: ตัวอย่างการใช้งานปัญญาประดิษฐ์ในงานประเภทต่างๆ

2. เทคโนโลยีวิศวกรรมเนื้อเยื่อ (In Vitro Meat)

เทคโนโลยีวิศวกรรมเนื้อเยื่อ ที่สกัดเนื้อเยื่อที่ดี ที่ดีที่ต้องการ และสามารถผลิตเนื้อสัตว์ด้วยการสร้างอุตสาหกรรมผลิตเนื้อสัตว์จากตัวอย่างเนื้อเยื่อสัตว์ที่ดีที่ต้องการ ทำให้สามารถผลิตเนื้อสัตว์ด้วยระบบอุตสาหกรรม โดยไม่ต้องใช้วิธีแบบเดิมในการเลี้ยงสัตว์ส่งผลให้สามารถเพิ่มปริมาณได้มาก อย่างรวดเร็ว ต้นทุนต่ำ และควบคุมรูปแบบเนื้อสัตว์ตามที่ต้องการ พร้อมกับลดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการเลี้ยงสัตว์ได้ด้วย โดยปัจจุบัน In Vitro Meat นี้ กำลังอยู่ในช่วงทดลอง และพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยคาดว่าในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า อาจเริ่มมีการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ก็เป็นได้

แผนภาพที่ 2-8: ตัวอย่างขั้นตอนการผลิต In Vitro Meat

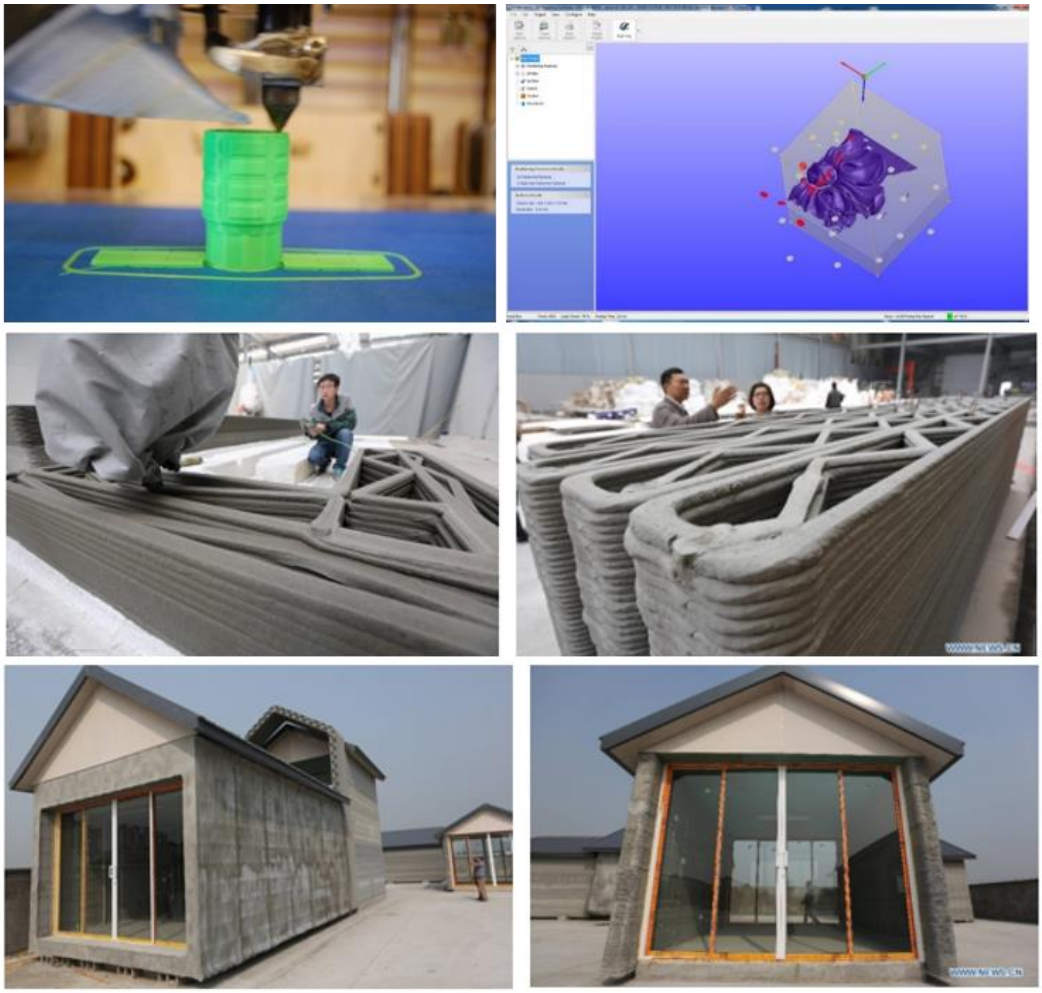


3. เทคโนโลยีการพิมพ์แบบสามมิติ (3D Printing)

เทคโนโลยีการพิมพ์แบบสามมิติ (3D Printing) เป็นการแปลงแบบจำลองสามมิติในรูปแบบไฟล์ออกมาขึ้นรูปเป็นรูปทรงจริงด้วยการเทคนิคการพิมพ์หลายแบบอาทิ การพิมพ์แบบหัวฉีด การพิมพ์ด้วยแสงเลเซอร์ วัสดุในการขึ้นรูปหลักคือพลาสติก เศษคอนกรีต ฉนวนใยแก้ว เศษข้าว หรือเศษวัตถุดิบจากการเกษตร โดยเทคโนโลยีนี้สามารถใช้ในการสร้างสิ่งของได้หลายขนาดตั้งแต่ถ้วยชามขนาดเล็กไปจนถึงบ้านพักอาศัยที่มีความสูงหลายชั้น

เทคโนโลยีการพิมพ์แบบสามมิติ (3D Printing) ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อนำมาใช้เป็นนวัตกรรมในหลายอุตสาหกรรม รวมถึงการก่อสร้างอาคารซึ่งสามารถช่วยประหยัดเวลา วัสดุและแรงงานได้อย่างมีนัยสำคัญ ตัวอย่างของบริษัทที่มีการนำเทคโนโลยี 3D Printing มาใช้งานคือ บริษัท WinSun Decoration Design Engineering ในสาธารณรัฐจีนได้นำเทคโนโลยีการพิมพ์แบบสามมิตินี้มาใช้ในการสร้างอาคาร 3 ชั้น และอพาร์ทเมนต์ 5 ชั้น โดยสามารถประหยัดวัตถุดิบในการก่อสร้างได้มากกว่าร้อยละ 60 รวมถึงช่วยลดเวลาและแรงงานที่ต้องใช้ในการก่อสร้างได้อย่างมาก

แผนภาพที่ 2-9: ตัวอย่างการก่อสร้างด้วย 3D Printing

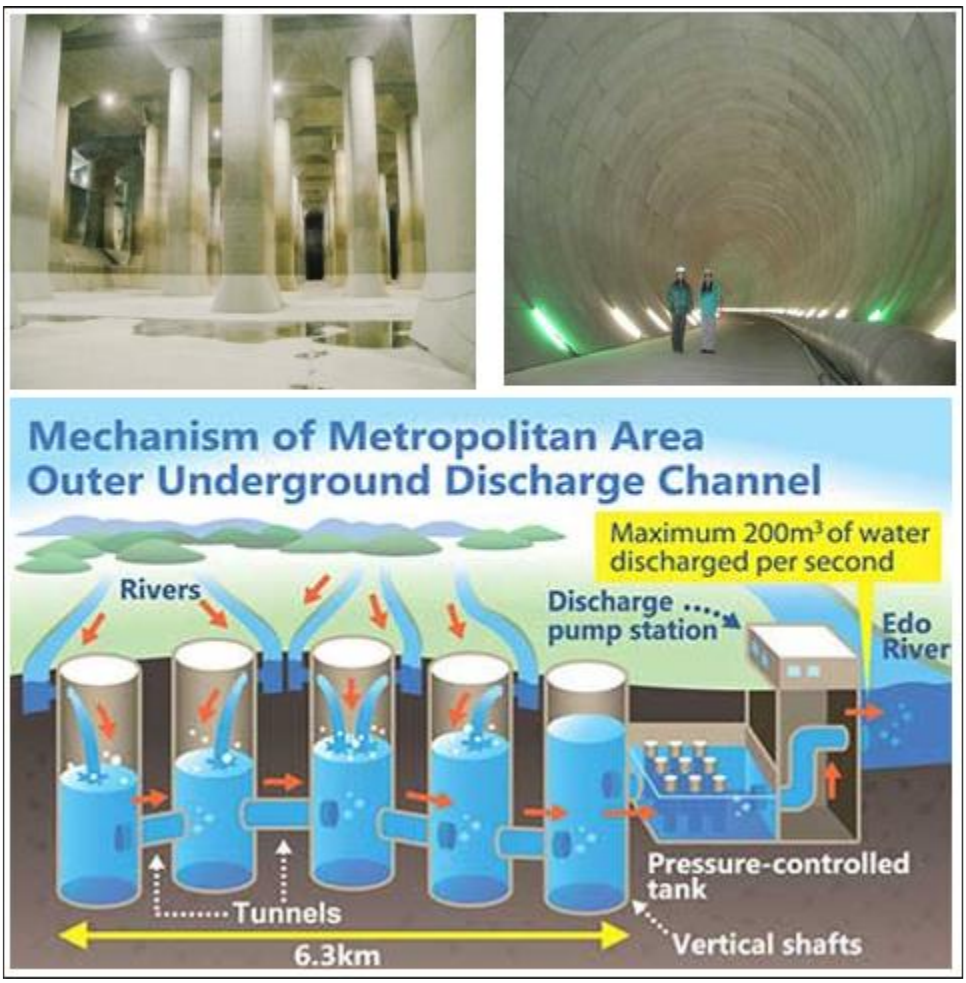


4. ระบบอุโมงค์ยักษ์ (Underground Tunnels)

เป็นการก่อสร้างอุโมงค์ไว้ใต้เมืองเพื่อใช้ระบายน้ำจากเหตุอุทกภัยหรือฝนตกหนักอย่างต่อเนื่องในพื้นที่เมืองที่มีขนาดใหญ่ซึ่งมีระยะห่างจากแม่น้ำไม่มากนักเพื่อช่วยในการระบายน้ำ การก่อสร้างอุโมงค์มักจะถูกก่อสร้างขึ้นในพื้นที่ทีเป็นที่ลุ่มต่ำซึ่งไม่สามารถระบายน้ำออกจากพื้นที่ด้วยการไหลตามธรรมชาติได้อย่างรวดเร็ว

กรณีอุโมงค์ยักษ์ของเมืองโตเกียวประเทศญี่ปุ่นภายใต้โครงการ G-Cans Project เป็นกรณีศึกษาสำคัญที่ออกแบบอุโมงค์รับน้ำจำนวน 5 จุดกระจายทั่วเมือง และมีระยะทางกว่า 6.3 กิโลเมตรเพื่อระบายน้ำไปยังแม่น้ำเอโดะ โดยสามารถผลักดันน้ำได้ในปริมาณกว่า 200 ตันต่อวินาที ด้วยงบประมาณการก่อสร้างมากว่า 670 ล้านบาท และใช้ระยะเวลาก่อสร้างมากกว่า 17 ปี

แผนภาพที่ 2-10: ตัวอย่างการพัฒนาอุโมงค์ยักษ์เพื่อบริหารจัดการน้ำในประเทศญี่ปุ่น



2.3 การวิเคราะห์ศักยภาพจังหวัด และแนวทางการใช้เครื่องมือ Benchmarking

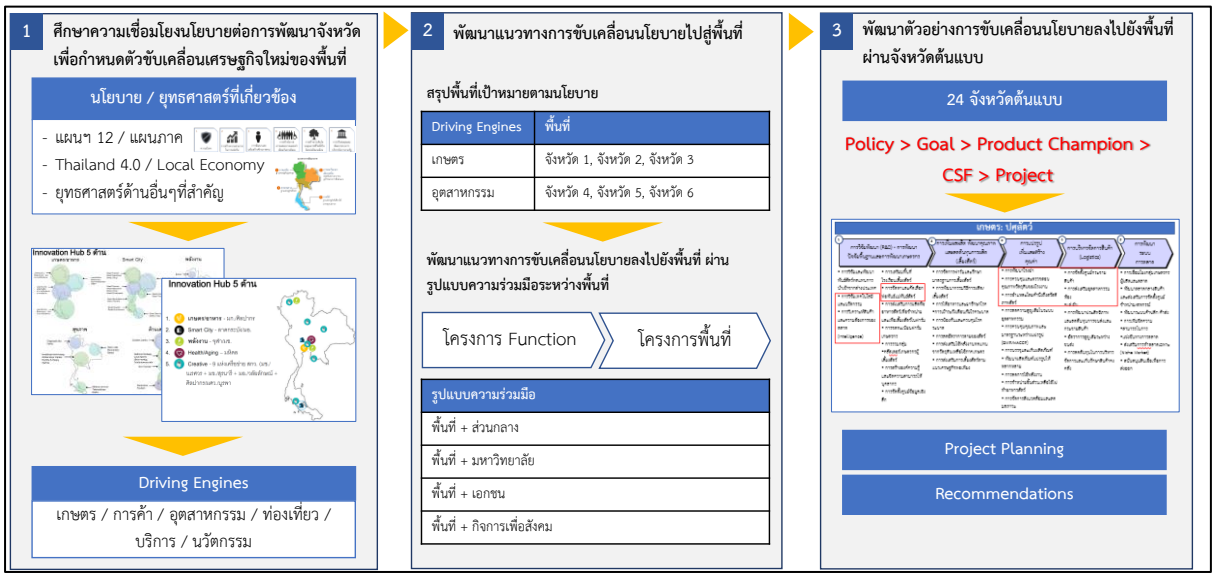
การนำเสนอในหัวข้อการวิเคราะห์ศักยภาพจังหวัด และแนวทางการใช้เครื่องมือ Benchmarking นี้ เป็นการนำเสนอภาพรวมหลักการของการวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อทิศทางการดำเนินงานของพื้นที่ ทั้งในส่วนของการประเมินนโยบายที่เกี่ยวข้อง และการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานผ่านตัวชี้วัดการพัฒนา ตลอดจนการกำหนดทิศทางการพัฒนาในด้านต่างๆ ผ่านแนวคิดผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion)

ทั้งนี้ การนำเสนอจะแบ่งออกเป็น 3 หัวข้อใหญ่ด้วยกัน ประกอบด้วย 1) แนวทางการวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัด 2) เครื่องมือการวัดระดับการพัฒนาจังหวัด ซึ่งจะเป็นหลักการในภาพรวมทั่วไป ในขณะที่หัวข้อที่ 3) ผลการทบทวนศักยภาพเบื้องต้นจะเป็นบริบทสำคัญของพื้นที่ที่แตกต่างกันออกไป โดยมีเนื้อหา ดังนี้

2.3.1) แนวทางการวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัด

เพื่อให้การวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดมีเป้าหมาย และสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาต่อยอดและใช้ประโยชน์ได้อย่างเป็นรูปธรรม จึงได้มีการวางกรอบแนวคิดของการพัฒนาพื้นที่ไว้ ซึ่งประด้วย 3 ขั้นตอนสำคัญ ครอบคลุมตั้งแต่ 1) การศึกษาความเชื่อมโยงนโยบายต่อการพัฒนาจังหวัด เพื่อกำหนดตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่ของพื้นที่ 2) พัฒนาแนวทางการขับเคลื่อนนโยบายไปสู่พื้นที่ และ 3) พัฒนาตัวอย่างการขับเคลื่อนนโยบายลงไปยังพื้นที่ผ่านจังหวัด ดังนี้

แผนภาพที่ 2-11: กรอบวิธีการดำเนินงาน



1. การศึกษาความเชื่อมโยงนโยบายต่อการพัฒนาจังหวัด เพื่อกำหนดตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่ของพื้นที่

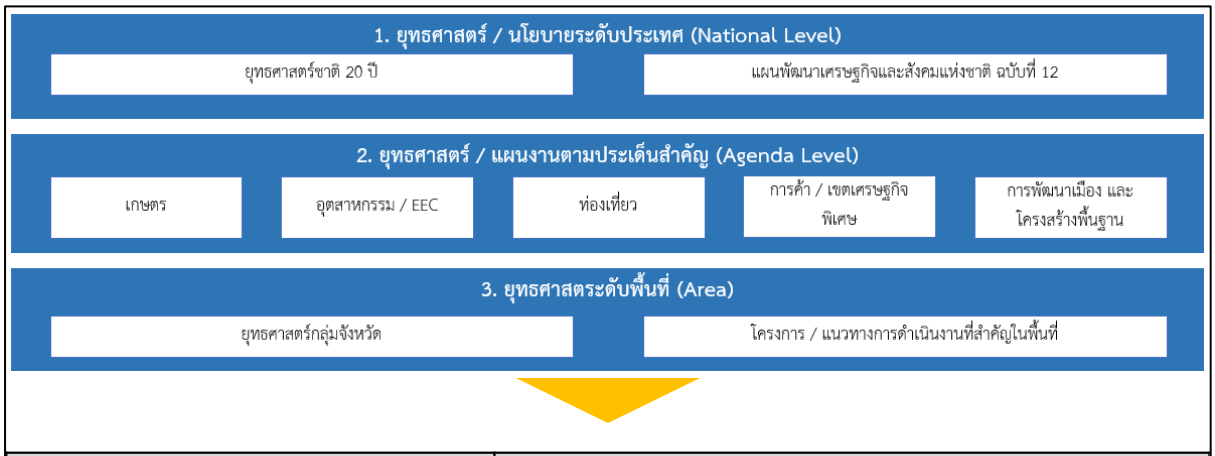
การดำเนินงานในส่วนนี้ คือการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ โดยให้ความสำคัญกับสองปัจจัยหลัก ได้แก่ ความเชื่อมโยงและผลกระทบของนโยบายหรือยุทธศาสตร์ที่สำคัญ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการวิเคราะห์ถึงปัจจัยภายนอก (External Factors) ที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพ และทิศทางการพัฒนาของพื้นที่ในระดับกลุ่มของจังหวัด และจังหวัด การวิเคราะห์ประเด็นจากการวัดระดับการพัฒนา (Benchmarking) ซึ่งเปรียบเสมือน

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (Internal Factors) ที่เกิดจากประเมินผลการดำเนินงานของพื้นที่ ซึ่งท้ายที่สุดแล้วผลการวิเคราะห์ปัจจัยทั้งสองส่วนจะถูกนำมาเป็นข้อมูลสำคัญในการวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัด ผ่านเครื่องมือ SWOT ต่อไป โดยมีแนวทางสำคัญดังนี้

การวิเคราะห์นโยบาย และผลกระทบต่อพื้นที่

การวิเคราะห์นโยบาย และผลกระทบต่อพื้นที่ จะเป็นการระบุประเด็นสำคัญจากนโยบาย หรือยุทธศาสตร์สำคัญ พร้อมการวิเคราะห์ผลกระทบเชิงบวก และเชิงลบที่มีผลต่อการพัฒนาของพื้นที่ในระดับกลุ่มของจังหวัด และจังหวัด ทั้งนี้ เพื่อให้การวิเคราะห์นโยบายและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง มีความครอบคลุมและสะท้อนบริบทของพื้นที่มากที่สุด จึงได้กำหนดกรอบในการศึกษาทบทวนนโยบายและยุทธศาสตร์ในหลากหลายระดับ ตั้งแต่ระดับทิศทางการพัฒนาโดยรวมของประเทศ (National Level) ระดับประเด็นสำคัญ (Agenda Level) และระดับพื้นที่ (Area Level) ซึ่งอาจครอบคลุมนโยบายขับเคลื่อนสำคัญของรัฐบาลที่ต้องการผลักดันลงไปในพื้นที่จังหวัดต่างๆ ด้วย ดังแผนภาพที่ 9 นี้

แผนภาพที่ 2-12: กรอบการวิเคราะห์นโยบาย และยุทธศาสตร์สำคัญ



นโยบาย	ผลกระทบ
แผนฯ 12 - การพัฒนาภาค	+ ผลกระทบเชิงบวก / - ผลกระทบเชิงลบ
แผนงานท่องเที่ยว	+ ผลกระทบเชิงบวก / - ผลกระทบเชิงลบ
การ Zoning เกษตร	+ ผลกระทบเชิงบวก / - ผลกระทบเชิงลบ

การวิเคราะห์ประเด็นจากการวัดระดับการพัฒนา (Benchmarking)

การวิเคราะห์ประเด็นจากการวัดระดับการพัฒนาเป็นข้อมูลอ้างอิงจากเครื่องมือการวัดระดับการพัฒนาจังหวัด และกลุ่มจังหวัด ซึ่งพัฒนาขึ้นมาโดยกระทรวงมหาดไทย สำนักงานสถิติ และสำนักงาน ก.พ.ร. ซึ่งเป็นข้อมูลตัวชี้วัดการพัฒนาในด้านต่างๆ ของจังหวัด เปรียบเสมือนเป็นการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของจังหวัดเทียบกับจังหวัดอื่นๆ พร้อมกับการระบุประเด็นสำคัญในมิติต่างๆ ที่อาจส่งผลต่อทิศทางการพัฒนาของพื้นที่ต่อไป โดยมีกรอบแนวทางในการวิเคราะห์ ดังนี้

แผนภาพที่ 2-13: กรอบแนวทางการวิเคราะห์ประเด็นจากการวัดระดับการพัฒนา (Benchmarking)

ตัวชี้วัด (* : ตัวชี้วัดที่อ่านค่าแบบผกผัน ▲ : ตัวชี้วัดที่วัดระดับจังหวัดของ สศช.)		ค่าเป้าหมาย	ค่าเฉลี่ย 76 จว.	ค่าสถิติ	ค่าลำดับ	หน่วย
▲ * ค่าสัมประสิทธิ์ความไม่เสมอภาคด้านรายได้ (Gini coefficient)	0.28 [ลำดับ: 28]	ลดลง	0.298	0.275	28	คะแนน Gini (0-1)
สัดส่วนแรงงานเพศหญิงต่อประชากรวัยแรงงาน	42.89 [ลำดับ: 62]	เพิ่มขึ้น	44.64	42.89	62	ร้อยละ
* อัตราพึ่งพิง	48.75 [ลำดับ: 39]	ลดลง	48.42	48.75	39	ร้อยละ
คนอายุ 15-60 ปีเต็ม มีอาชีพและมีรายได้ (ตัวชี้วัด จปฐ)	98.23 [ลำดับ: 30]	95	97.94	98.23	30	ร้อยละ
คนอายุมากกว่า 60 ปีเต็มขึ้นไป มีอาชีพและมีรายได้ (ตัวชี้วัด จปฐ)	95.05 [ลำดับ: 24]	90	93.65	95.05	24	ร้อยละ
สัดส่วนประชากรในการเข้าถึงสวัสดิการ (ความครอบคลุมหลักประกันสุขภาพ)	99.83 [ลำดับ: 47]	เพิ่มขึ้น	99.84	99.83	47	ร้อยละ
สัดส่วนประชากรผู้ไปใช้สิทธิประกันสุขภาพ	15.45 [ลำดับ: 70]	เพิ่มขึ้น	18.70	15.45	70	ร้อยละ
สัดส่วนผู้หญิงในระดับบริหารหรือในระดับการตัดสินใจ	25.28 [ลำดับ: 43]	เพิ่มขึ้น	29.07	25.28	43	ร้อยละ
* จำนวนคดีที่รับแจ้งต่อประชากรแสนคน	55 [ลำดับ: 16]	ลดลง	100	55	16	คดีต่อปชก.แสนคน
สัดส่วนจำนวนคดีที่จับกุมได้ต่อคดีที่รับแจ้ง	77.25 [ลำดับ: 12]	เพิ่มขึ้น	58.63	77.25	12	ร้อยละ
* สัดส่วนคนยากจนด้านอาหาร ต่อคนยากจนทั้งหมด	6.69 [ลำดับ: 59]	ลดลง	6.60	6.69	59	ร้อยละ
* สัดส่วนนักเรียนด้อยโอกาสต่อนักเรียนทั้งหมด	84.35 [ลำดับ: 62]	ลดลง	75.76	84.35	62	ร้อยละ
จำนวนนักเรียนพิการเรียนร่วมเฉลี่ยต่อโรงเรียน	3.68 [ลำดับ: 54]	เพิ่มขึ้น	5.93	3.68	54	คน
คนพิการได้รับการดูแลจากคนในครัวเรือน ชุมชน หรือภาครัฐ (ตัวชี้วัด จปฐ)	99.82 [ลำดับ: 29]	100	99.69	99.82	29	ร้อยละ
* อัตรามารดาที่มีอายุน้อยกว่า 15 ปี	0.71 [ลำดับ: 48]	ลดลง	0.63	0.71	48	ต่อหญิงวัยเดียวกันพันคน
อัตราการเกิดมีชีพ	8.08 [ลำดับ: 68]	เพิ่มขึ้น	11.60	8.08	68	ต่อปชก.พันคน
สัดส่วนอายุยืน (ตั้งแต่ 80 ปีขึ้นไป)	2.16 [ลำดับ: 31]	เพิ่มขึ้น	2.00	2.16	31	ร้อยละ
* อัตราผู้ป่วยทางสุขภาพจิต	3757.35 [ลำดับ: 65]	ลดลง	2,370.74	3,757.35	65	ต่อปชก.แสนคน
คะแนนเฉลี่ยสติปัญญา (IQ) เด็กนักเรียน	97.67 [ลำดับ: 45]	100	98.77	97.67	45	คะแนน
▲ ปีการศึกษาเฉลี่ยของคนไทย	7.2 [ลำดับ: 64]	12	7.94	7.20	64	ปี
ระดับคะแนนเฉลี่ย O-Net	38.27 [ลำดับ: 67]	50	40.37	38.27	67	ร้อยละ
จำนวนองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นไทยเฉลี่ยต่อหมู่บ้าน (ตัวชี้วัด กชช.2ค.)	37 [ลำดับ: 39]	เพิ่มขึ้น	42	37	39	คนต่อหมู่บ้าน
* อัตราเพิ่มของการเจ็บป่วยด้วยโรคหัวใจ เบาหวาน หลอดเลือดสมอง ความดันโลหิตสูง และมะเร็ง	-1.5 [ลำดับ: 9]	ลดลง	3.38	(1.50)	9	ร้อยละ
* อัตราการบริโภคยาสูบ (ตัวชี้วัด จปฐ)	6.61 [ลำดับ: 40]	ไม่เกิน 10	6.99	6.61	40	ร้อยละ
* อัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ตัวชี้วัด จปฐ)	4.93 [ลำดับ: 43]	ไม่เกิน 10	4.87	4.93	43	ร้อยละ
คนในครัวเรือนกินอาหารถูกสุขลักษณะ ปลอดภัยและได้มาตรฐาน(ตัวชี้วัด จปฐ)	99.4 [ลำดับ: 17]	95	98.04	99.40	17	ร้อยละ
คนในครัวเรือนมีการใช้ยาเพื่อบำบัดบรรเทาอาการเจ็บป่วยเบื้องต้นอย่างเหมาะสม(ตัวชี้วัดจปฐ)	99.24 [ลำดับ: 23]	100	98.44	99.24	23	ร้อยละ
คนอายุ 35 ปีขึ้นไปได้รับการตรวจสุขภาพประจำปีเพื่อตรวจคัดกรองความเสี่ยงต่อโรค(ตัวชี้วัด จปฐ)	99.54 [ลำดับ: 20]	75	96.81	99.54	20	ร้อยละ
คนอายุ 6 ปีขึ้นไปออกกำลังกายอย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 วันๆละ 30 นาที (ตัวชี้วัด จปฐ)	99.74 [ลำดับ: 30]	90	99.58	99.74	30	ร้อยละ
* อัตราเด็กที่อยู่ในการคุมประพฤติ	1.73 [ลำดับ: 62]	ลดลง	1.09	1.73	62	ต่อเด็กเยาวชนพันคน
* อัตราเหตุการณ์ความรุนแรงในครอบครัว	0.35 [ลำดับ: 22]	ลดลง	3.69	0.35	22	อัตราต่อแสนครัวเรือน
จำนวนศูนย์การเรียนรู้ชุมชนต่อจำนวนหมู่บ้าน (ตัวชี้วัด กชช. 2ค.)	66.13 [ลำดับ: 17]	เพิ่มขึ้น	55.72	66.13	17	ร้อยละ
จำนวนศูนย์พัฒนาเด็กเล็กต่อจำนวนหมู่บ้าน (ตัวชี้วัด กชช. 2ค.)	32.89 [ลำดับ: 54]	เพิ่มขึ้น	41.65	32.89	54	ร้อยละ
คนอายุ 6 ปีขึ้นไปปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนาอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง (ตัวชี้วัด จปฐ)	99.48 [ลำดับ: 29]	100	99.21	99.48	29	ร้อยละ
คนในครัวเรือนมีส่วนร่วมทำกิจกรรมเพื่อประโยชน์ชุมชน(ตัวชี้วัด จปฐ)	99.24 [ลำดับ: 31]	100	98.60	99.24	31	ร้อยละ
สัดส่วนมูลค่าสินค้าเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	28.43 [ลำดับ: 16]	ไม่ต่ำกว่า 16	10.91	28.43	16	ร้อยละ
สัดส่วนมูลค่าสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	31.45 [ลำดับ: 29]	ไม่ต่ำกว่า 16	12.84	31.45	29	ร้อยละ
ผลผลิตสินค้าเกษตรสำคัญต่อไร่	3388 [ลำดับ: 8]	เพิ่มขึ้น	1,709	3,388	8	กก.ต่อไร่
อัตราการเพิ่มของผลผลิตเฉลี่ย	1.43 [ลำดับ: 34]	เพิ่มขึ้น	2.44	1.43	34	ร้อยละ
สัดส่วนฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์ม (GAP) ต่อจำนวนฟาร์มทั้งหมด	3.96 [ลำดับ: 16]	เพิ่มขึ้น	1.56	3.96	16	ร้อยละ
จน.โรงงาน/สปก.ผลิตสินค้าเกษตรและอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP/HACCP	8 [ลำดับ: 27]	เพิ่มขึ้น	13	8	27	แห่ง
สัดส่วนรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตรต่อรายได้เงินสดสุทธิของครัวเรือนเกษตร	34.12 [ลำดับ: 32]	เพิ่มขึ้น	33.57	34.12	32	ร้อยละ
* สัดส่วนหนี้เสียต่อปริมาณเงินให้กู้ยืม (NPLs/ Loan)	2.83 [ลำดับ: 40]	ลดลง	3.04	2.83	40	ร้อยละ
* สัดส่วนปริมาณเงินกู้ยืมต่อรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตร	199.49 [ลำดับ: 51]	ลดลง	128.67	199.49	51	ร้อยละ
สัดส่วนหนี้ในระบบต่อหนี้ทั้งหมด	93.97 [ลำดับ: 69]	เพิ่มขึ้น	97.82	93.97	69	ร้อยละ
อัตราการเพิ่มของจำนวนเกษตรกรในพื้นที่	-6.44 [ลำดับ: 52]	เพิ่มขึ้น	(0.52)	(6.44)	52	ร้อยละ
สัดส่วนปริมาณพืชพลังงานต่อสินค้าเกษตรทั้งหมด	88.14 [ลำดับ: 17]	เพิ่มขึ้น	79.32	88.14	17	ร้อยละ
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	28.43 [ลำดับ: 16]	ไม่ต่ำกว่า 16	10.91	28.43	16	ร้อยละ
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาอุตสาหกรรมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	10.87 [ลำดับ: 47]	ไม่ต่ำกว่า 16	37.08	10.87	47	ร้อยละ
▲ อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	-0.69 [ลำดับ: 51]	เพิ่มขึ้น	1.34	(0.69)	51	ร้อยละ
อัตราเงินเฟ้อ	1.53 [ลำดับ: 63]	ไม่เกิน 3.5	2.312	1.531	63	ร้อยละ
▲ ผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย	67634.18 [ลำดับ: 58]	เพิ่มขึ้น	379,406	67,634.18	58	บาท/คน/ปี
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	20.58 [ลำดับ: 57]	ไม่ต่ำกว่า 50	24.09	20.58	57	ร้อยละ
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์สาขาขนส่ง สถานที่เก็บสินค้าและคมนาคมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	1.74 [ลำดับ: 65]	เพิ่มขึ้น	5.17	1.74	65	ร้อยละ
ปริมาณการใช้น้ำมันดีเซล	125063.98 [ลำดับ: 37]	เพิ่มขึ้น	192,398	125,063.98	37	พันลิตร
ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน	36413 [ลำดับ: 45]	เพิ่มขึ้น	74,709	36,413	45	พันลิตร
* ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าเฉลี่ยต่อราย	2669.87 [ลำดับ: 26]	ลดลง	7,058.93	2,669.87	26	กิโลวัตต์-ชั่วโมง/ราย
พื้นที่ป่าไม้ต่อพื้นที่จังหวัด	31.24 [ลำดับ: 25]	เพิ่มขึ้น	31.71	31.24	25	ร้อยละ
พื้นที่ป่าอนุรักษ์	749720 [ลำดับ: 17]	คงที่/เพิ่มขึ้น	544,915	749,720	17	ไร่
ครัวเรือนมีน้ำใช้เพียงพอตลอดปี (ตัวชี้วัด จปฐ.)	99.81 [ลำดับ: 21]	95	99.55	99.81	21	ร้อยละ
หมู่บ้านมีน้ำใช้เพื่อการเกษตรเพียงพอตลอดปี (ตัวชี้วัด กชช. 2ค.)	40.78 [ลำดับ: 53]	เพิ่มขึ้น	47.19	40.78	53	ร้อยละ
พื้นที่ชลประทาน	123856 [ลำดับ: 59]	เพิ่มขึ้น	398,126	123,856	59	ไร่
ปริมาณน้ำต้นทุนเพียงพอต่อประชากร	-27 [ลำดับ: 56]	เพิ่มขึ้น	171.54	(27.00)	56	ล้าน ลบ.ม.
* สัดส่วนประชากรผู้ประสบอุทกภัย	8.53 [ลำดับ: 49]	ลดลง	10.02	8.53	49	ร้อยละ
ผลการตรวจวัดคุณภาพน้ำผิวดิน (WQI)	56 [ลำดับ: 58]	มากกว่า 60	66	56	58	คะแนน WQI (0-100)
▲ * ปริมาณขยะมูลฝอย	984 [ลำดับ: 56]	ลดลง	802.36	984.00	56	ตันต่อวัน
สัดส่วนขยะมูลฝอยที่นำกลับมาใช้ใหม่	5.03 [ลำดับ: 67]	ไม่น้อยกว่า 30	19.06	5.03	67	ร้อยละ
* ร้อยละของมูลค่าความเสียหายทางเศรษฐกิจที่เกิดจากภัยธรรมชาติต่อ GPP	0 [ลำดับ: 1]	ลดลง	0.10	0.000	1	ร้อยละ
* สัดส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อ GPP	33.54 [ลำดับ: 52]	ลดลง	20.60	33.54	52	ตันต่อล้านบาท

หมายเหตุ: จังหวัดเพชรบูรณ์ไม่มีข้อมูลตัวชี้วัดพื้นที่ป่าชายเลน คุณภาพน้ำทะเลชายฝั่ง และดัชนีคุณภาพอากาศ

สรุปสถานการณ์ และประเด็นสำคัญ

กรอบประเด็น	ประเด็นสำคัญ
ภาพรวมเศรษฐกิจ	+ ประเด็นเชิงบวก / - ประเด็นเชิงลบ
ประเด็นเศรษฐกิจ	- เกษตร *(เชิงบวก / เชิงลบ)* - อุตสาหกรรม - ท่องเที่ยว - การค้า การลงทุน
ประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	- การจ้างงาน - สภาวะหนี้สิน - การใช้จ่ายครัวเรือน - อื่นๆ

การวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่

หลังจากที่ได้ข้อมูลผลกระทบจากนโยบายและยุทธศาสตร์สำคัญ (ปัจจัยภายนอก) ประกอบกับการวิเคราะห์ประเด็นจากการวัดระดับการพัฒนา (ปัจจัยภายใน) เข้ามาประกอบกันแล้วนั้น ก็จะสามารถนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดผ่านเครื่องมือ SWOT Analysis ที่สะท้อนให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคสำคัญของพื้นที่ได้

แผนภาพที่ 2-14: กรอบแนวทางการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่

ผบกระทบจากนโยบาย – ปัจจัยภายนอก (O/T)

นโยบาย	ผลกระทบ
แผนฯ 12 - การพัฒนาภาค	+ ผลกระทบเชิงบวก - ผลกระทบเชิงลบ
แผนงานท่องเที่ยว	
การ Zoning เกษตร	

ประเด็นสำคัญจากการวัดระดับการพัฒนา – ปัจจัยภายใน (S/W)

กรอบประเด็น	ประเด็นสำคัญ
ภาพรวมเศรษฐกิจ	+ ประเด็นเชิงบวก / - ประเด็นเชิงลบ
ประเด็นเศรษฐกิจ	เกษตร / อุตสาหกรรม / ท่องเที่ยว / การค้า การลงทุน
ประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นเศรษฐกิจ	การจ้างงาน / สภาวะหนี้สิน / การใช้จ่ายครัวเรือน / อื่นๆ

การทบทวนศักยภาพของพื้นที่

S: จุดแข็ง

1) พื้นที่ฐานการผลิตอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศ
2) มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและประวัติศาสตร์อยู่ในพื้นที่จำนวนมาก
3) เป็นที่ตั้งของเขตเศรษฐกิจพิเศษและมีพื้นที่ติดกับชายแดนของประเทศกัมพูชา และมีด่านการค้า 5 จุด และมีมูลค่าการค้าชายแดนที่สูง

W: จุดอ่อน

1) ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมีแนวโน้มเสื่อมโทรมลง เนื่องจากการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ทั้งในเชิงเกษตรกรรม อุตสาหกรรม และการท่องเที่ยว
2) ระบบโครงสร้างพื้นฐานไม่เพียงพอในการขยายตัวกับความต้องการ
3) เกษตรกรยังขาดปัจจัยสนับสนุน ความรู้ นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด
4) ระบบอุตสาหกรรมยังขาดการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีด้วยตนเอง

O: โอกาส

1) มีโอกาสในการพัฒนาไปสู่การเป็นฐานการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมและอุตสาหกรรมเกษตรที่มีมูลค่าสูง
2) มีโอกาสในการพัฒนาการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเพิ่มมากขึ้นได้ เนื่องจากพื้นที่ใกล้กับแหล่งขนส่งสินค้า
3) นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เกษตร ประวัติศาสตร์และสุขภาพ

T: อุปสรรค

1) ภาวะภัยแล้ง การขาดแคลนน้ำ และน้ำเค็มรุกล้ำ ส่งผลต่อการอุปโภคบริโภค และการเพาะปลูก
2) ภาวะน้ำท่วม จากน้ำป่าไหลหลากในเขตที่ราบเชิงเขาและน้ำท่วมขังที่ราบสองฝั่งแม่น้ำบางปะกง-ปราจีนบุรี และพื้นที่ชุมชน

2. การกำหนดทิศทางการพัฒนาของพื้นที่ผ่านกรอบผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion)

หลังจากที่ได้มีการวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดผ่านเครื่องมือ SWOT แล้ว ก็สามารถชี้ให้เห็นถึงแนวทางในการพัฒนาของจังหวัดในแต่ละด้านได้อย่างเหมาะสมมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในด้านเกษตร อุตสาหกรรม ท่องเที่ยว หรือการค้า อย่างไรก็ตามหากการพัฒนาทิศทางดังกล่าวไม่ชัดเจนเพียงพอ อาจทำให้การขับเคลื่อนทิศทางของจังหวัด ซึ่งมีงบประมาณอยู่อย่างจำกัด ขาดความชัดเจนสามารถหรือไม่สามารถพัฒนาให้เกิดความรูปธรรมขึ้นมาได้ ดังนั้นจึงมีแนวคิดในการใช้หลักการของผลิตภัณฑ์ศักยภาพขึ้นมา ซึ่งเป็นการกำหนดในระดับตัวผลิตภัณฑ์ในแต่ละด้าน เช่น ตั้งแต่เกษตร -> เกษตรอินทรีย์ -> ข้าวอินทรีย์ เป็นต้น

การที่มีผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ชัดเจน ก็จะช่วยให้สามารถพัฒนาโครงการที่เหมาะสมและสามารถขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพตัวนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

3. พัฒนาตัวอย่างการขับเคลื่อนนโยบายลงไปยังพื้นที่ผ่านจังหวัด

หลังจากที่สามารถระบุผลิตภัณฑ์ศักยภาพมาได้แล้ว ก็จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบของห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ขึ้นมา เพื่อให้เห็นภาพตั้งแต่กระบวนการต้นทาง กลางทาง และปลายทาง ว่าในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพตัวนี้จะต้องมีการดำเนินการในแต่ละขั้นตอนบ้าง ในขณะเดียวกันก็ต้องมีการพิจารณาปัจจัยอะไรที่เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องดำเนินการในแต่ละข้อต่อของการพัฒนา (Critical Success Factors) เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนแต่ละข้อต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมๆ กับการวิเคราะห์ปัจจัยช่องว่าง (Gap) ที่ยังเป็นปัญหาในพื้นที่ที่ต้องได้รับการแก้ไขในแต่ละพื้นที่

ซึ่งหลังจากที่สามารถระบุช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้มาได้ทั้งหมดแล้ว ก็จะช่วยเป็นกรอบในการคิดค้นและพัฒนาชุดโครงการที่จะมาช่วยอุดช่องว่าง และขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ ให้มีความเหมาะสมตลอดห่วงโซ่มูลค่าต่อไปได้

2.3.2) เครื่องมือวัดระดับการพัฒนาจังหวัด

<u>แนวคิดการเปรียบเทียบการพัฒนา (Benchmarking)</u>

ตามหลักการแล้ว การเปรียบเทียบ (Benchmarking) ที่นิยามโดย American Productivity and Quality Council (APQC) คือวิธีการในการวัดและเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ บริการ และวิธีการปฏิบัติกับองค์กรที่สามารถทำได้ดีกว่า เพื่อนำผลของการเปรียบเทียบมาใช้ ในการปรับปรุงองค์กรตนเอง เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศ โดยมีประโยชน์ที่เกี่ยวข้อง 4 ประเด็นหลักด้วยกัน ได้แก่

1. UNDERSTANDING เป็นการสร้างความเข้าใจในหลักการ วิธีการ และผลที่จะได้รับขององค์กรและบุคลากรรวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด

2. MIRROR&FUNCTION เป็นการสะท้อนภาพกระบวนการทั้งกระบวนการหลักและสนับสนุนขององค์กร ทำให้มองเห็นภาพโครงสร้างองค์กรภาพของกิจกรรมกระบวนการและข้อมูลในองค์กร ผังกระบวนการทางธุรกิจ (Business Process Mapping) การทำงานและหน้าที่ความรับผิดชอบในแต่ละบทบาท
3. TIME&ANALYSIS เมื่อทราบกระบวนการทางธุรกิจและกิจกรรมที่เชื่อมต่อกันในกระบวนการแล้วการวิเคราะห์องค์ประกอบต่างๆ ที่ใช้ทั้งหมดในกิจกรรมทำให้สามารถสรุปได้ว่าจุดที่ควรปรับปรุงหรือพัฒนาให้ดีขึ้นนั้นอยู่ที่ใดในกระบวนการ
4. IMPROVEMENT เป็นการปรับปรุงองค์กรโดยนำเครื่องมือการพัฒนาองค์กรต่าง ๆ มาใช้ เช่น การทำ Benchmarking โดยมองที่ประเด็นสำคัญ คือเราอยู่ที่ไหน? ใครเก่งที่สุด? เขาทำได้อย่างไร? และทำอย่างไรให้ดีกว่าเขา?

<u>เครื่องมือการวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด (Province & Cluster Benchmarking)</u>

จากแนวคิดในเรื่อง Benchmarking ดังกล่าว จึงมีการพัฒนาเครื่องมือที่จะใช้ในการวัดระดับการพัฒนาของจังหวัดและกลุ่มจังหวัดขึ้นมา ซึ่งเป็นความร่วมมือของกระทรวงมหาดไทย สำนักงานสถิติแห่งชาติ และสำนักงาน ก.พ.ร. โดยการวัดระดับดังกล่าวจะเป็นการประเมินเปรียบเทียบโดยใช้เครื่องมือวัดประเมิน เพื่อบอกทิศทางและตรวจสอบการเปลี่ยนแปลง หรือบ่งชี้ความสำเร็จหรือสะท้อนผลการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดว่าประสบความสำเร็จหรือบรรลุเป้าหมายตามประเด็นยุทธศาสตร์ทั้งในระดับชาติ และ/หรือในระดับจังหวัดและกลุ่มจังหวัด ซึ่งมุ่งก่อให้เกิดการพัฒนาที่สมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมมากน้อยเพียงใด เมื่อเทียบกับช่วงระยะตามเป้าหมายที่กำหนด โดยมีแนวทางในประเมิน 3 ส่วนหลัก ได้แก่

- การวัดระดับเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Benchmarking): ประเมินเปรียบเทียบการพัฒนาในมิติต่างๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยจะเป็นการเปรียบเทียบระหว่างจังหวัด และระหว่างกลุ่มจังหวัด กับในระดับประเทศ
- การวัดระดับการพัฒนา (Competitive Benchmarking): ประเมินเปรียบเทียบผลการพัฒนาภายในของจังหวัด/กลุ่มจังหวัด กับการดำเนินงานที่ผ่านมาในอดีต ผ่านตัวชี้วัดในมิติต่างๆ
- การวัดระดับในประเด็นที่สำคัญ (Agenda Benchmarking): ประเมินเปรียบเทียบผลการพัฒนาของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าและบริการ หรือประเด็นปัญหาสำคัญ ที่เป็นประเภทเดียวกันหรือเรื่องเดียวกันของจังหวัดกลุ่มจังหวัด/ เช่น ประเด็นด้านข้าว ขยะ น้ำเสีย ป่าไม้ เป็นต้น

<u>การใช้ประโยชน์ของข้อมูลระดับการพัฒนาจังหวัด</u>

การนำแนวคิด Benchmarking มาปรับใช้กับการเปรียบเทียบการดำเนินงานของกลุ่มจังหวัด และจังหวัด ประกอบไปด้วย

- ประเมินสภาพปัจจุบัน = การตรวจสุขภาพประจำปีของจังหวัด / กลุ่มจังหวัดในด้านต่างๆ
- ผลการวัดสภาพทั่วไปจะบ่งชี้ประเด็นสำคัญ = จุดแข็ง และ จุดอ่อน ของจังหวัด → ให้น้ำหนักของยุทธศาสตร์ได้อย่างไร

- จากประเด็นที่เป็นปัญหาหรือจุดอ่อน สามารถเปรียบเทียบกับจังหวัดที่มีค่าใกล้กันหรือทราบว่าจังหวัดไหนโดดเด่น เพื่อศึกษาแนวทางของจังหวัดนั้น หรือหาทางแก้ไขจุดอ่อนได้อย่างไร
- ช่วยประกอบการตัดสินใจในการจัดสรรงบของจังหวัดควรเน้นเรื่องอะไร

<u>แนวทางการพัฒนาเครื่องมือตัวชี้วัดการพัฒนา</u>

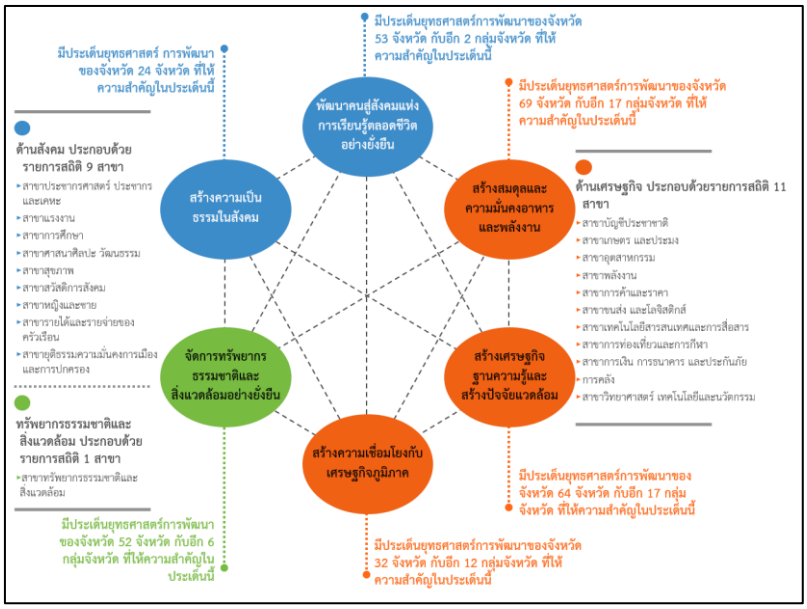
เครื่องมือวัดระดับการพัฒนากลุ่มจังหวัด และจังหวัดนั้นได้ถูกพัฒนาขึ้นโดยเป็นการใช้กรอบแนวคิดจากตัวชี้วัด และเครื่องมือการวัดระดับการพัฒนาจากต่างประเทศมาพัฒนา ไม่ว่าจะเป็น Korea Sustainable Development Index (KSDI) UN: Millennium Development Goals (MDG) UNDP: Human Achievement Index (HAI) IMD: Competitiveness Index พร้อมกับการอ้างอิงข้อมูลเชิงสถิติจากสำนักงานสถิติและสังคมแห่งขาติ และข้อมูลความจำเป็นพื้นฐาน (จปฐ.) มาพัฒนาร่วมกัน เพื่อจัดทำเป็นกรอบและประเด็นสำคัญของตัวชี้วัดต่างๆ

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเครื่องมือนี้ได้รับการพัฒนามาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 ซึ่งอยู่ในช่วงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 จึงมีการพัฒนาตัวชี้วัดและกรอบแนวคิดการพัฒนาจากประเด็นยุทธศาสตร์ของแผนสภาพัฒน์ ฉบับที่ 11 เป็นสำคัญ ซึ่งสามารถกำหนดรายละเอียดตัวชี้วัดทั้งสิ้น 74 ตัวชี้วัด แบ่งตามประเด็นยุทธศาสตร์ ได้ดังนี้

- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1: การสร้างความเป็นธรรมในสังคม: 15 ตัวชี้วัด
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2: การพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน: 19 ตัวชี้วัด
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3: ความเข้มแข็งภาคเกษตร ความมั่นคงของอาหาร และพลังงาน: 14 ตัวชี้วัด
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4: การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน: 11 ตัวชี้วัด
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6: การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน: 15 ตัวชี้วัด

ทั้งนี้ ตัวชี้วัดที่อยู่ภายใต้เครื่องมือการวัดระดับการพัฒนากลุ่มจังหวัด และจังหวัดนี้จะไม่มีการประเมินในส่วนที่เกี่ยวข้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 สร้างความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจในภูมิภาค เนื่องจากไม่สามารถทำการเปรียบเทียบข้อมูลกับทุกจังหวัดได้ และในหลายจังหวัดไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องนี้

แผนภาพที่ 2-15: กรอบแนวคิดการพัฒนาตัวชี้วัดตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11



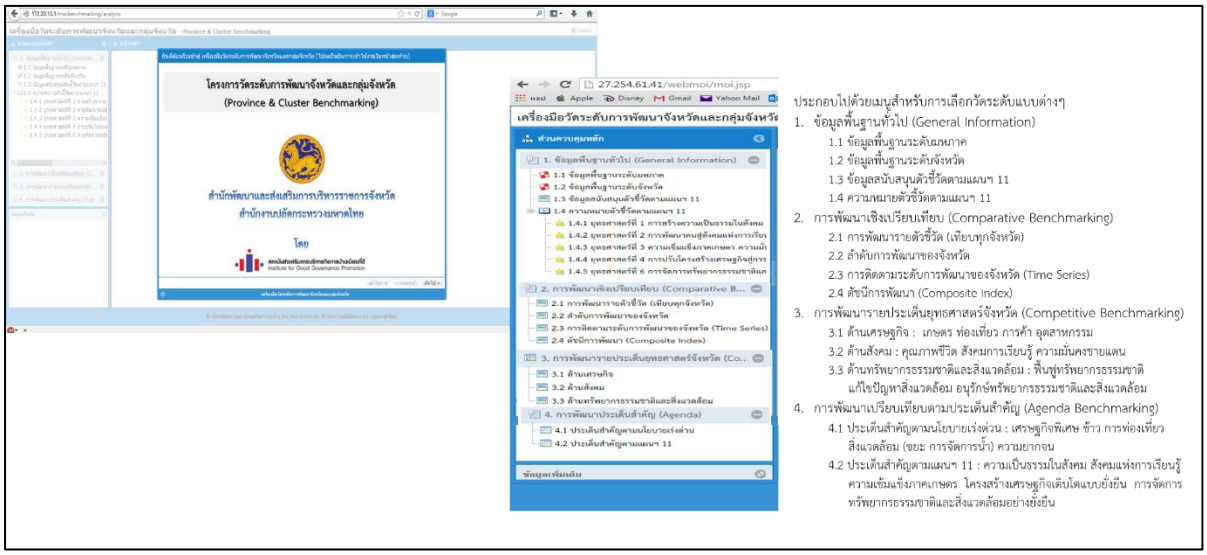
เนื่องจากขณะนี้ ได้มีการประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 อย่างเป็นทางการแล้ว การประเมินและการวัดระดับการพัฒนาตามกรอบของแผนฯ 11 นั้น อาจไม่สะท้อนกับสถานการณ์และบริบทปัจจุบัน อย่างไรก็ตามหากพิจารณาเป็นรายตัวชี้วัด ยังพบว่าตัวชี้วัดเกือบทั้งหมดยังสามารถนำมาใช้ประเมินผลการพัฒนาของพื้นที่ได้เป็นอย่างดี

แนวทางการใช้งานเบื้องต้น

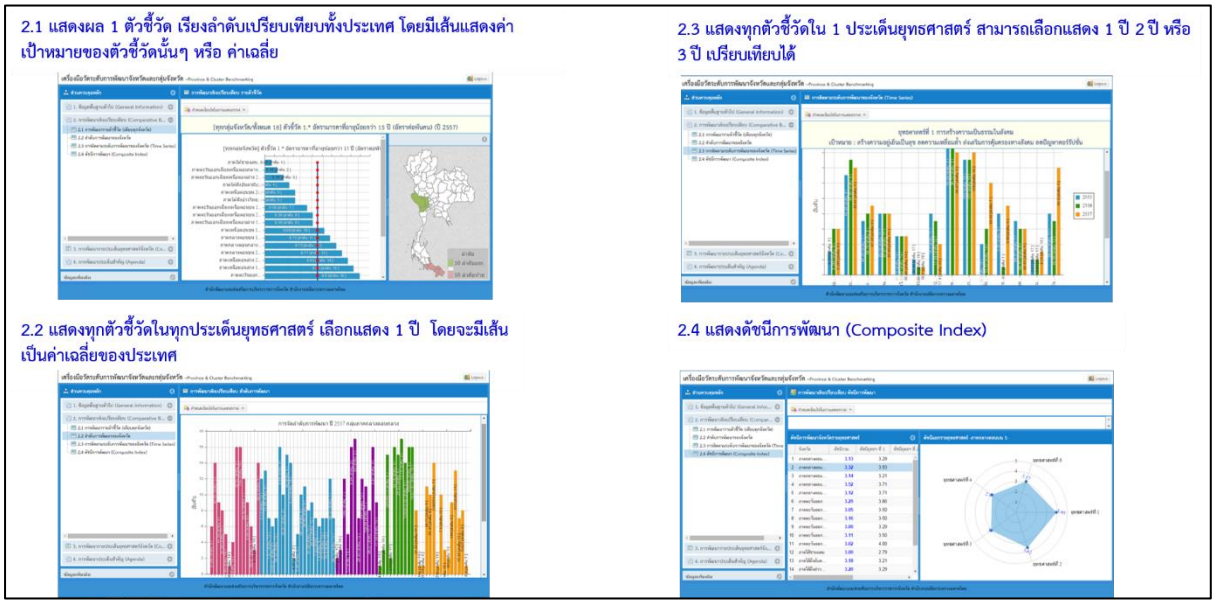
เครื่องมือการวัดระดับการพัฒนาจังหวัด และกลุ่มจังหวัด เป็นฐานข้อมูลที่เก็บไว้ในระบบอินเตอร์เน็ต ในการเข้าถึงระบบดังกล่าว จะต้องอาศัย username และ password ในการเข้าถึง โดยระบบดังกล่าวมีการจัดหมวดข้อมูล และรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่ผู้ใช้สามารถปรับแต่งตามความต้องการได้ ซึ่งในภาพรวมมีการแบ่งหมวดของกรวัดระดับของข้อมูล เป็น 3 หมวดหลัก ได้แก่ 1) การพัฒนาเชิงเปรียบเทียบ 2) การพัฒนาเชิงประเด็นยุทธศาสตร์ และ 3) การพัฒนาตามประเด็นสำคัญซึ่งมีหน้าตา (Interface) ของการใช้งาน และเครื่องมือ ในการแสดงผลในรูปแบบ (Function) ต่าง ๆ ดังนี้

การนำเสนอประเด็นในภาพรวม

แผนภาพที่ 2-16: หน้าตาเครื่องมือการวัดระดับการพัฒนากลุ่มจังหวัด และจังหวัด พร้อมเมนูหลัก

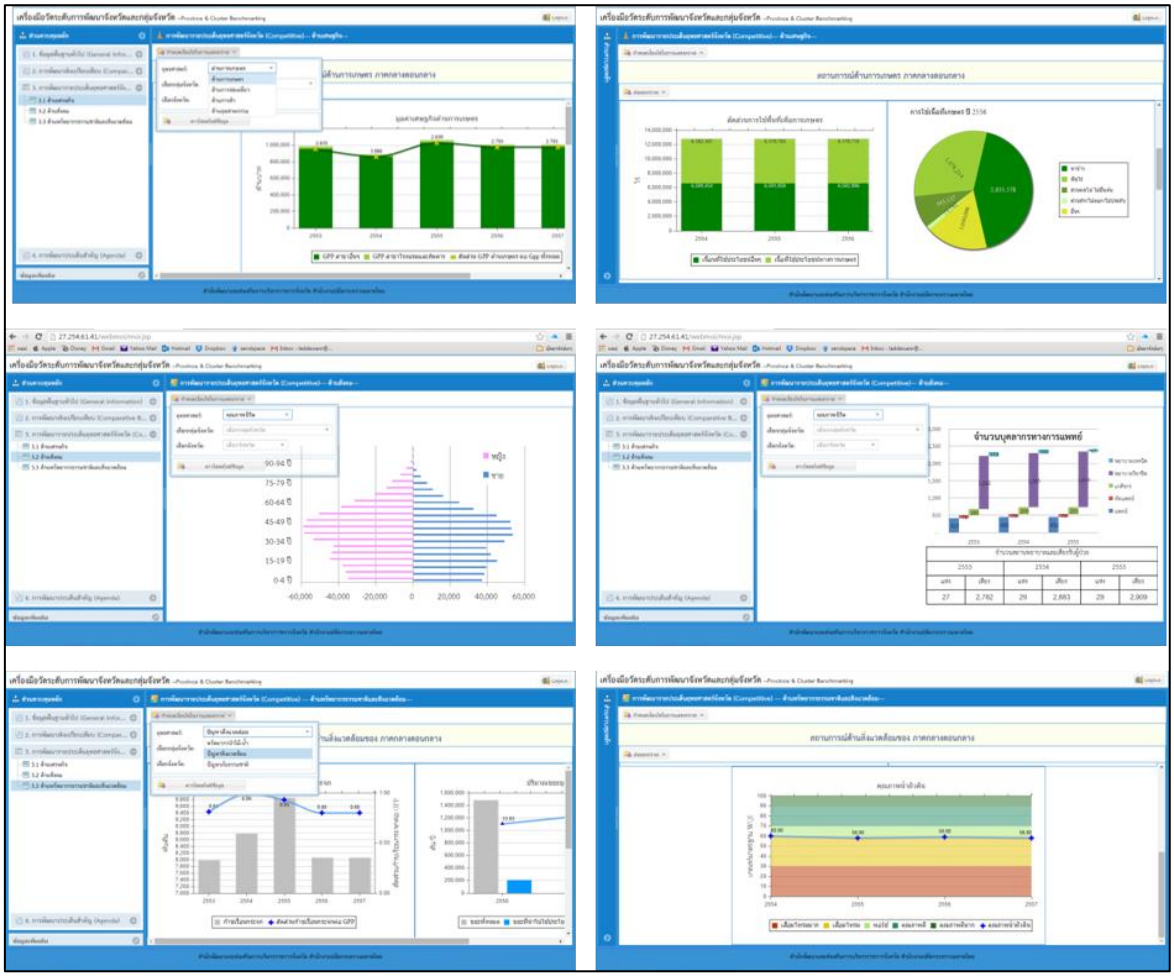


แผนภาพที่ 2-17: หน้าตาในการแสดงผลเครื่องมือการวัดระดับการพัฒนากลุ่มจังหวัด และจังหวัด



การนำเสนอประเด็นยุทธศาสตร์ของพื้นที่

แผนภาพที่ 2-18: การแสดงผลเครื่องมือการวัดระดับการพัฒนากลุ่มจังหวัด และจังหวัด ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญ



จากแผนภาพข้างต้น จะแสดงให้เห็นถึงแนวทางการนำเสนอข้อมูลตามประเด็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญของจังหวัด ซึ่งประกอบไปด้วย

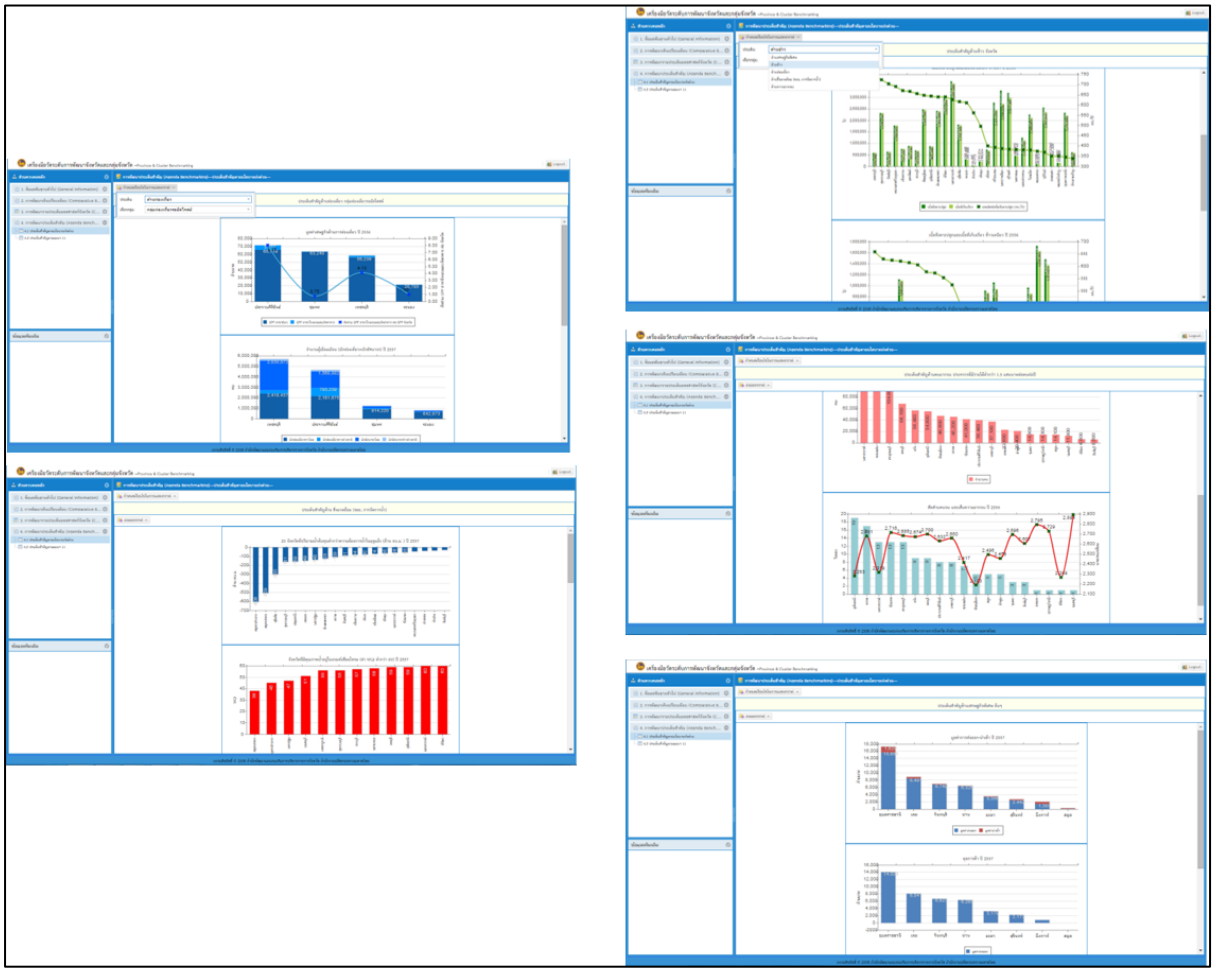
ตารางที่ 2-3: สรุปประเด็นเชิงยุทธศาสตร์ของพื้นที่ที่นำเสนอในระบบ

ด้านเศรษฐกิจ	ด้านสังคม	ด้านสิ่งแวดล้อม
• ด้านเกษตร • ด้านการท่องเที่ยว • ด้านอุตสาหกรรม • ด้านการค้า	• ประชากร • สาธารณสุข • การศึกษา • ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	• ทรัพยากรธรรมชาติ • สิ่งแวดล้อม • ภัยธรรมชาติ

การนำเสนอตามประเด็นสำคัญเชิงนโยบาย

ข้อมูลในระบบการวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด แสดงให้เห็นถึงการวัดระดับตามประเด็นสำคัญและเร่งด่วนตามนโยบาย ในประเด็นเหล่านี้ เขตเศรษฐกิจพิเศษ ข้าว การท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และความยากจน

แผนภาพที่ 2-19: การแสดงผลเครื่องมือการวัดระดับการพัฒนากลุ่มจังหวัด และจังหวัด ในประเด็นสำคัญเชิงนโยบาย



การประยุกต์ผลการวัดระดับการพัฒนา

เพื่อให้เห็นถึงแนวทางการนำข้อมูลจากเครื่องมือการวัดระดับการพัฒนากลุ่มจังหวัดและจังหวัด มาปรับใช้ในการค้นหา และระบุประเด็นสำคัญในการพัฒนาของพื้นที่ จึงได้มีการนำข้อมูลของจังหวัดเพชรบูรณ์และวิเคราะห์ประเด็นสำคัญขึ้นมา โดยมีรายละเอียดในภาพรวม ดังนี้

กรณีศึกษา: จังหวัดเพชรบูรณ์

จากข้อมูลการเปรียบเทียบและจัดอันดับการพัฒนาของจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยใช้ระบบฐานข้อมูลการวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด (Province & Cluster Benchmarking) ของกระทรวงมหาดไทย พบว่า ในภาพรวมทางด้านการพัฒนาของจังหวัด จังหวัดเพชรบูรณ์ถูกจัดอันดับให้อยู่ในอันดับที่ 59 จาก 77 จังหวัดในประเทศไทย ซึ่งหากพิจารณาโดยใช้หลักการ Quartile จะพบว่าการพัฒนาของจังหวัดเพชรบูรณ์อยู่ในกลุ่มของจังหวัดที่ต้องมีการปรับปรุง หรือ อยู่ในกลุ่ม Quartile 4 โดยจังหวัดเพชรบูรณ์ได้รับคะแนนการพัฒนาของจังหวัดในภาพรวมอยู่ที่ 3.15 ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ ซึ่งอยู่ที่ 3.21

อย่างไรก็ตาม หากทำการวิเคราะห์เชิงลึก โดยอ้างอิงจากกรอบการพัฒนาตามแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ซึ่งสามารถแตกประเด็นที่เกี่ยวข้องออกมาได้เป็น 5 ประเด็นยุทธศาสตร์หลัก ประกอบไปด้วย

- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1: การสร้างความเป็นธรรมในสังคม
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2: การพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3: ความเข็มแข็งภาคเกษตร ความมั่นคงของอาหาร และพลังงาน
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4: การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6: การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

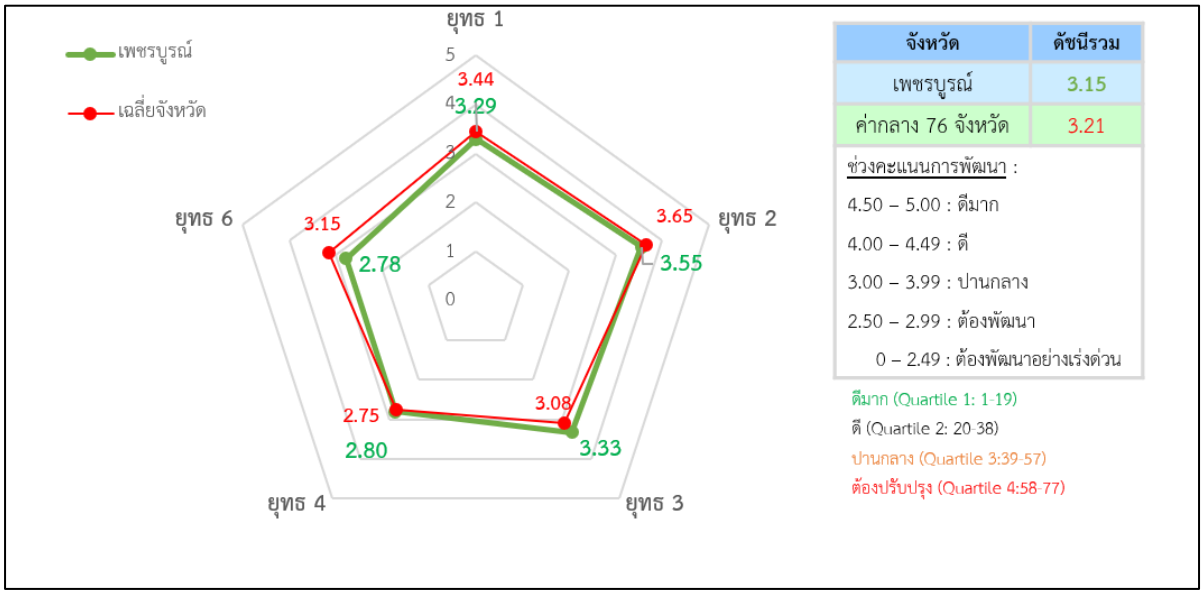
แผนภาพที่ 2-20: สรุปคะแนนและอันดับการวัดระดับการพัฒนาของจังหวัดเพชรบูรณ์

ยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด (* : ตัวชี้วัดอ่านค่าแบบผกผัน ▲ : ตัวชี้วัดร่วมระดับจังหวัดของ สศช.)		ค่าเป้าหมาย	ค่าเฉลี่ย 76 จว.	เพชรบูรณ์ ค่าสถิติ	เพชรบูรณ์ ค่าลำดับ	หน่วย
ยุทธศาสตร์ที่ 1: การสร้างความเป็นธรรมในสังคม	▲ * ค่าสัมประสิทธิ์ความไม่เสมอภาคด้านรายได้ (Gini coefficient)	0.28 [ลำดับ: 28]	ลดลง	0.298	0.275	28	คะแนน Gini (0-1)
	สัดส่วนแรงงานเพศหญิงต่อประชากรวัยแรงงาน	42.89 [ลำดับ: 62]	เพิ่มขึ้น	44.64	42.89	62	ร้อยละ
	* อัตราพึ่งพิง	48.75 [ลำดับ: 39]	ลดลง	48.42	48.75	39	ร้อยละ
	คนอายุ 15-60 ปีเต็ม มีอาชีพและมีรายได้ (ตัวชี้วัด จปฐ)	98.23 [ลำดับ: 30]	95	97.94	98.23	30	ร้อยละ
	คนอายุมากกว่า 60 ปีเต็มขึ้นไป มีอาชีพและมีรายได้ (ตัวชี้วัด จปฐ)	95.05 [ลำดับ: 24]	90	93.65	95.05	24	ร้อยละ
	สัดส่วนประชากรในการเข้าถึงสวัสดิการ (ความครอบคลุมหลักประกันสุขภาพ)	99.83 [ลำดับ: 47]	เพิ่มขึ้น	99.84	99.83	47	ร้อยละ
	สัดส่วนประชากรผู้ไปใช้สิทธิประกันสุขภาพ	15.45 [ลำดับ: 70]	เพิ่มขึ้น	18.70	15.45	70	ร้อยละ
	สัดส่วนผู้หญิงในระดับบริหารหรือในระดับการตัดสินใจ	25.28 [ลำดับ: 43]	เพิ่มขึ้น	29.07	25.28	43	ร้อยละ
	* จำนวนคดีที่รับแจ้งต่อประชากรแสนคน	55 [ลำดับ: 16]	ลดลง	100	55	16	คดีต่อปชก.แสนคน
	สัดส่วนจำนวนคดีที่จับกุมได้ต่อคดีที่รับแจ้ง	77.25 [ลำดับ: 12]	เพิ่มขึ้น	58.63	77.25	12	ร้อยละ
	* สัดส่วนคนยากจนด้านอาหาร ต่อคนยากจนทั้งหมด	6.69 [ลำดับ: 59]	ลดลง	6.60	6.69	59	ร้อยละ
	* สัดส่วนนักเรียนด้อยโอกาสต่อนักเรียนทั้งหมด	84.35 [ลำดับ: 62]	ลดลง	75.76	84.35	62	ร้อยละ
	จำนวนนักเรียนพิการเรียนร่วมเฉลี่ยต่อโรงเรียน	3.68 [ลำดับ: 54]	เพิ่มขึ้น	5.93	3.68	54	คน
	คนพิการได้รับการดูแลจากคนในครัวเรือน ชุมชน หรือภาครัฐ (ตัวชี้วัด จปฐ)	99.82 [ลำดับ: 29]	100	99.69	99.82	29	ร้อยละ
ยุทธศาสตร์ที่ 2: การพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน	* อัตราการคาที่มีอายุน้อยกว่า 15 ปี	0.71 [ลำดับ: 48]	ลดลง	0.63	0.71	48	ต่อหญิงวัยเดียวกันพันคน
	อัตราการเกิดมีชีพ	8.08 [ลำดับ: 68]	เพิ่มขึ้น	11.60	8.08	68	ต่อปชก.พันคน
	สัดส่วนอายุยืน (ตั้งแต่ 80 ปีขึ้นไป)	2.16 [ลำดับ: 31]	เพิ่มขึ้น	2.00	2.16	31	ร้อยละ
	* อัตราผู้ป่วยทางสุขภาพจิต	3757.35 [ลำดับ: 65]	ลดลง	2,370.74	3,757.35	65	ต่อปชก.แสนคน
	คะแนนเฉลี่ยสติปัญญา (IQ) เด็กนักเรียน	97.67 [ลำดับ: 45]	100	98.77	97.67	45	คะแนน
	▲ ปีการศึกษาเฉลี่ยของคนไทย	7.2 [ลำดับ: 64]	12	7.94	7.20	64	ปี
	ระดับคะแนนเฉลี่ย O-Net	38.27 [ลำดับ: 67]	50	40.37	38.27	67	ร้อยละ
	จำนวนองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นไทยเฉลี่ยต่อหมู่บ้าน (ตัวชี้วัด กชช.2ค.)	37 [ลำดับ: 39]	เพิ่มขึ้น	42	37	39	คนต่อหมู่บ้าน
	* อัตราเพิ่มของการเจ็บป่วยด้วยโรคหัวใจ เบาหวาน หลอดเลือดสมอง ความดันโลหิตสูง และมะเร็ง	-1.5 [ลำดับ: 9]	ลดลง	3.38	(1.50)	9	ร้อยละ
	* อัตราการบริโภคยาสูบ (ตัวชี้วัด จปฐ)	6.61 [ลำดับ: 40]	ไม่เกิน 10	6.99	6.61	40	ร้อยละ
	* อัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ตัวชี้วัด จปฐ)	4.93 [ลำดับ: 43]	ไม่เกิน 10	4.87	4.93	43	ร้อยละ
	คนในครัวเรือนกินอาหารถูกสุขลักษณะ ปลอดภัยและได้มาตรฐาน(ตัวชี้วัด จปฐ)	99.4 [ลำดับ: 17]	95	98.04	99.40	17	ร้อยละ
	คนในครัวเรือนมีการใช้ยาเพื่อบำบัดบรรเทาอาการเจ็บป่วยเบื้องต้นอย่างเหมาะสม(ตัวชี้วัดจปฐ)	99.24 [ลำดับ: 23]	100	98.44	99.24	23	ร้อยละ
	คนอายุ 35 ปีขึ้นไปได้รับการตรวจสุขภาพประจำปีเพื่อตรวจคัดกรองความเสี่ยงต่อโรคฯ(ตัวชี้วัด จปฐ)	99.54 [ลำดับ: 20]	75	96.81	99.54	20	ร้อยละ
	คนอายุ 6 ปีขึ้นไปออกกำลังกายอย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 วันๆละ 30 นาที (ตัวชี้วัด จปฐ)	99.74 [ลำดับ: 30]	90	99.58	99.74	30	ร้อยละ
	* อัตราเด็กที่อยู่ในการคุมประพฤติ	1.73 [ลำดับ: 62]	ลดลง	1.09	1.73	62	ต่อเด็กเยาวชนพันคน
	* อัตราเหตุการณ์ความรุนแรงในครอบครัว	0.35 [ลำดับ: 22]	ลดลง	3.69	0.35	22	อัตราต่อแสนครัวเรือน
	จำนวนศูนย์การเรียนรู้ชุมชนต่อจำนวนหมู่บ้าน (ตัวชี้วัด กชช. 2ค.)	66.13 [ลำดับ: 17]	เพิ่มขึ้น	55.72	66.13	17	ร้อยละ
	จำนวนศูนย์พัฒนาเด็กเล็กต่อจำนวนหมู่บ้าน (ตัวชี้วัด กชช. 2ค.)	32.89 [ลำดับ: 54]	เพิ่มขึ้น	41.65	32.89	54	ร้อยละ
	คนอายุ 6 ปีขึ้นไปปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนาอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง (ตัวชี้วัด จปฐ)	99.48 [ลำดับ: 29]	100	99.21	99.48	29	ร้อยละ
	คนในครัวเรือนมีส่วนร่วมทำกิจกรรมเพื่อประโยชน์ชุมชน(ตัวชี้วัด จปฐ)	99.24 [ลำดับ: 31]	100	98.60	99.24	31	ร้อยละ
ยุทธศาสตร์ที่ 3: ความเข้มแข็งภาคเกษตร ความมั่นคงของอาหาร และพลังงาน	สัดส่วนมูลค่าสินค้าเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	28.43 [ลำดับ: 16]	ไม่ต่ำกว่า 16	10.91	28.43	16	ร้อยละ
	สัดส่วนมูลค่าสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	31.45 [ลำดับ: 29]	ไม่ต่ำกว่า 16	12.84	31.45	29	ร้อยละ
	ผลผลิตสินค้าเกษตรสำคัญต่อไร่	3388 [ลำดับ: 8]	เพิ่มขึ้น	1,709	3,388	8	กก.ต่อไร่
	อัตราการเพิ่มของผลผลิตเฉลี่ย	1.43 [ลำดับ: 34]	เพิ่มขึ้น	2.44	1.43	34	ร้อยละ
	สัดส่วนฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์ม (GAP) ต่อจำนวนฟาร์มทั้งหมด	3.96 [ลำดับ: 16]	เพิ่มขึ้น	1.56	3.96	16	ร้อยละ
	จนโรงงาน/สปก.ผลิตสินค้าเกษตรและอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP/HACCP	8 [ลำดับ: 27]	เพิ่มขึ้น	13	8	27	แห่ง
	สัดส่วนรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตรต่อรายได้เงินสดสุทธิของครัวเรือนเกษตร	34.12 [ลำดับ: 32]	เพิ่มขึ้น	33.57	34.12	32	ร้อยละ
	* สัดส่วนหนี้เสียต่อปริมาณเงินให้กู้ยืม (NPLs/ Loan)	2.83 [ลำดับ: 40]	ลดลง	3.04	2.83	40	ร้อยละ
	* สัดส่วนปริมาณเงินกู้ยืมต่อรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตร	199.49 [ลำดับ: 51]	ลดลง	128.67	199.49	51	ร้อยละ
	สัดส่วนหนี้ในระบบต่อหนี้ทั้งหมด	93.97 [ลำดับ: 69]	เพิ่มขึ้น	97.82	93.97	69	ร้อยละ
	อัตราการเพิ่มของจำนวนเกษตรกรในพื้นที่	-6.44 [ลำดับ: 52]	เพิ่มขึ้น	(0.52)	(6.44)	52	ร้อยละ
	สัดส่วนปริมาณพืชพลังงานต่อสินค้าเกษตรทั้งหมด	88.14 [ลำดับ: 17]	เพิ่มขึ้น	79.32	88.14	17	ร้อยละ
ยุทธศาสตร์ที่ 4: การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน	สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	28.43 [ลำดับ: 16]	ไม่ต่ำกว่า 16	10.91	28.43	16	ร้อยละ
	สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาอุตสาหกรรมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	10.87 [ลำดับ: 47]	ไม่ต่ำกว่า 16	37.08	10.87	47	ร้อยละ
	▲ อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	-0.69 [ลำดับ: 51]	เพิ่มขึ้น	1.34	(0.69)	51	ร้อยละ
	อัตราเงินเฟ้อ	1.53 [ลำดับ: 63]	ไม่เกิน 3.5	2.312	1.531	63	ร้อยละ
	▲ ผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย	67634.18 [ลำดับ: 58]	เพิ่มขึ้น	379,406	67,634.18	58	บาท/คน/ปี
	สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	20.58 [ลำดับ: 57]	ไม่ต่ำกว่า 50	24.09	20.58	57	ร้อยละ
	สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์สาขาขนส่ง สถานที่เก็บสินค้าและคมนาคมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	1.74 [ลำดับ: 65]	เพิ่มขึ้น	5.17	1.74	65	ร้อยละ
	ปริมาณการใช้น้ำมันดีเซล	125063.98 [ลำดับ: 37]	เพิ่มขึ้น	192,398	125,063.98	37	พันลิตร
	ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน	36413 [ลำดับ: 45]	เพิ่มขึ้น	74,709	36,413	45	พันลิตร
	* ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าเฉลี่ยต่อราย	2669.87 [ลำดับ: 26]	ลดลง	7,058.93	2,669.87	26	กิโลวัตต์-ชั่วโมง/ราย
ยุทธศาสตร์ที่ 6: การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	พื้นที่ป่าไม้ต่อพื้นที่จังหวัด	31.24 [ลำดับ: 25]	เพิ่มขึ้น	31.71	31.24	25	ร้อยละ
	พื้นที่ป่าอนุรักษ์	749720 [ลำดับ: 17]	คงที่/เพิ่มขึ้น	544,915	749,720	17	ไร่
	ครัวเรือนมีน้ำใช้เพียงพอตลอดปี (ตัวชี้วัด จปฐ.)	99.81 [ลำดับ: 21]	95	99.55	99.81	21	ร้อยละ
	หมู่บ้านมีน้ำใช้เพื่อการเกษตรเพียงพอตลอดปี (ตัวชี้วัด กชช. 2ค.)	40.78 [ลำดับ: 53]	เพิ่มขึ้น	47.19	40.78	53	ร้อยละ
	พื้นที่ชลประทาน	123856 [ลำดับ: 59]	เพิ่มขึ้น	398,126	123,856	59	ไร่
	ปริมาณน้ำต้นทุนเพียงพอต่อประชากร	-27 [ลำดับ: 56]	เพิ่มขึ้น	171.54	(27.00)	56	ล้าน ลบ.ม.
	* สัดส่วนประชากรผู้ประสบอุทกภัย	8.53 [ลำดับ: 49]	ลดลง	10.02	8.53	49	ร้อยละ
	ผลการตรวจวัดคุณภาพน้ำผิวดิน (WQI)	56 [ลำดับ: 58]	มากกว่า 60	66	56	58	คะแนน WQI (0-100)
	▲ * ปริมาณขยะมูลฝอย	984 [ลำดับ: 56]	ลดลง	802.36	984.00	56	ตันต่อวัน
	สัดส่วนขยะมูลฝอยที่นำกลับมาใช้ใหม่	5.03 [ลำดับ: 67]	ไม่น้อยกว่า 30	19.06	5.03	67	ร้อยละ
	* ร้อยละของมูลค่าความเสียหายทางเศรษฐกิจที่เกิดจากภัยธรรมชาติต่อ GPP	0 [ลำดับ: 1]	ลดลง	0.10	0.000	1	ร้อยละ
	* สัดส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อ GPP	33.54 [ลำดับ: 52]	ลดลง	20.60	33.54	52	ตันต่อล้านบาท

หมายเหตุ: จังหวัดเพชรบูรณ์ไม่มีข้อมูลตัวชี้วัดพื้นที่ป่าชายเลน คุณภาพน้ำทะเลชายฝั่ง และดัชนีคุณภาพอากาศ

หากวิเคราะห์คะแนนการพัฒนาตามประเด็นยุทธศาสตร์ข้างต้น จะพบได้ว่าจังหวัดเพชรบูรณ์มีคะแนนการพัฒนาเทียบกับค่าเฉลี่ยในแต่ละด้าน ดังแผนภาพที่ 2-21

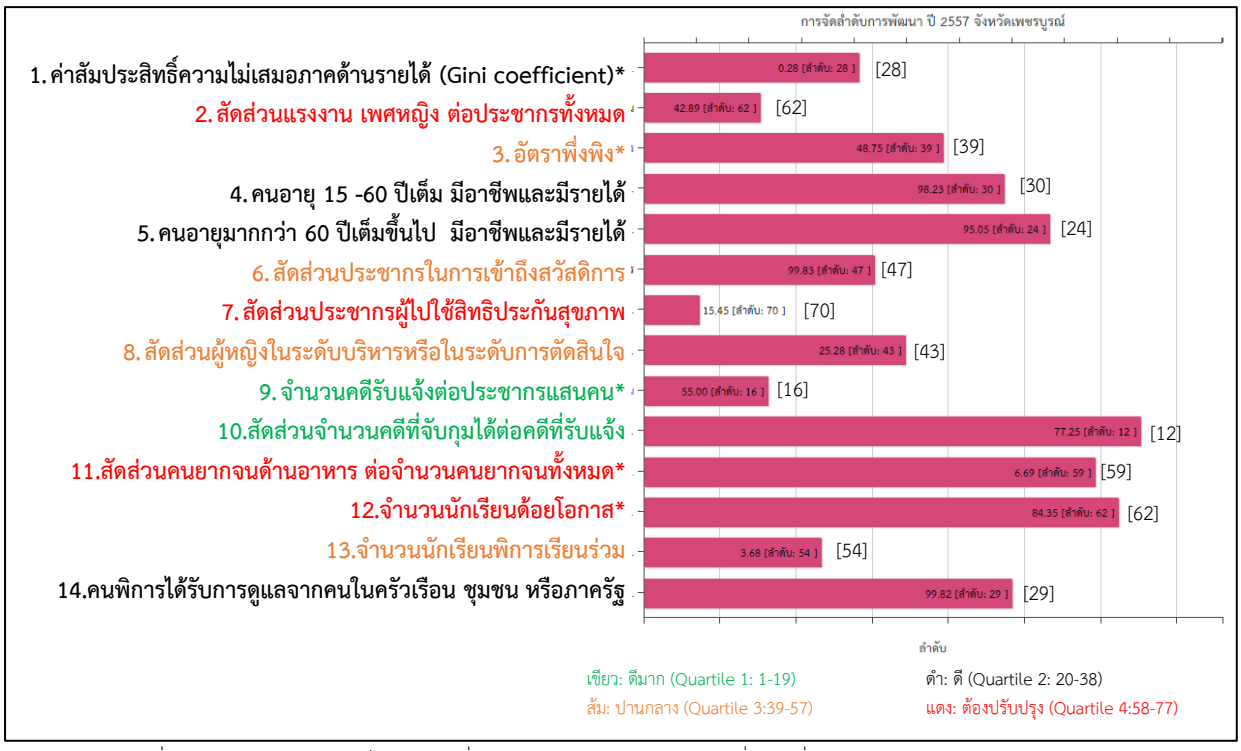
แผนภาพที่ 2-21: คะแนนการพัฒนาจังหวัดตามกรอบยุทธศาสตร์แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11



จากแผนภาพที่ 2-21 จะเห็นได้ว่า หากเทียบกับคะแนนการพัฒนาเฉลี่ยของประเทศจังหวัดเพชรบูรณ์มีคะแนนการพัฒนาที่สูงกว่าใน 2 ประเด็นยุทธศาสตร์ด้วยกัน ได้แก่ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ความเข็มแข็งภาคเกษตร ความมั่นคงของอาหาร และพลังงาน และประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ในขณะที่อีก 3 ประเด็นที่เหลือ ซึ่งประกอบด้วย ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1การสร้างความเป็นธรรมในสังคม ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน และประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน นั้นมีคะแนนด้านการพัฒนาที่ต่ำกวาค่าเฉลี่ยทั้งสิ้น จะเห็นได้จากคะแนนดังกล่าวว่า ในภาพรวมจังหวัดเพชรบูรณ์ค่อนข้างมีศักยภาพและมีความโดดเด่นทางเศรษฐกิจหากเทียบกับจังหวัดอื่นๆ แต่ค่อนข้างแย่ในมิติทางด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถสรุปปัจจัยที่เป็นจุดเด่น และปัจจัยที่เป็นจุดด้อยในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ ได้ดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความเป็นธรรมในสังคม

แผนภาพที่ 2-22: การเปรียบเทียบการพัฒนาเชิงเปรียบเทียบของจังหวัด (Comparative Benchmarking) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความเป็นธรรมในสังคม



(หมายเหตุ: ปัจจัยที่มีสัญลักษณ์ * แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่มีค่าดัชนีผกผัน หมายถึงคะแนนยิ่งน้อยยิ่งดี)

ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความเป็นธรรมในสังคม จังหวัดเพชรบูรณ์ได้รับคะแนนการพัฒนาอยู่ที่ 3.29 ในขณะที่ค่าเฉลี่ยของประเทศอยู่ที่ 3.44 ซึ่งหากประเมินในเชิงการจัดอันดับเฉพาะของประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 นี้ พบว่าจังหวัดเพชรบูรณ์ถูกจัดอันดับให้อยู่ในอันดับที่ 58 ซึ่งถือว่าอยู่ในกลุ่มที่ต้องปรับปรุง (Quartile 4) โดยมีปัจจัยที่ใช้ในการประเมินทั้งสิ้น 14 ตัว ด้วยกัน ซึ่งหากใช้หลักการ Quartile นี้มาพิจารณาปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 จะสามารถได้ผลลัพธ์ ดังต่อไปนี้ (แผนภาพที่ 2-22)

- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ดีมาก (Quartile 1) มี 2 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 9) จำนวนคดีรับแจ้งต่อประชากรแสนคน และ 10) สัดส่วนจำนวนคดีที่จับกุมได้ต่อคดีที่รับแจ้ง
- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ดี (Quartile 2) มี 6 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 1) ค่าสัมประสิทธิ์ความไม่เสมอภาคด้านรายได้ (Gini coefficient) 3) อัตราพึ่งพิง 4) คนอายุ 15 - 60 ปีเต็ม มีอาชีพและมีรายได้ 5) คนอายุมากกว่า 60 ปีเต็มขึ้นไป มีอาชีพและมีรายได้ 7) สัดส่วนประชากรผู้ไปใช้สิทธิประกันสุขภาพ และ 14) คนพิการได้รับการดูแลจากคนในครัวเรือน ชุมชน หรือ ภาครัฐ

- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง (Quartile 3) มี 3 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 6) สัดส่วนประชากรในการเข้าถึงสวัสดิการ 8) สัดส่วนผู้หญิงในระดับบริหารหรือในระดับการตัดสินใจ และ 13) จำนวนนักเรียนพิการเรียนร่วม

- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ต้องปรับปรุง (Quartile 4) มี 3 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 2) สัดส่วนแรงงาน เพศหญิง ต่อประชากรทั้งหมด 11) สัดส่วนคนยากจนด้านอาหาร ต่อจำนวนคนยากจนทั้งหมด และ 12) จำนวนนักเรียนด้อยโอกาส

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าภายใต้ประเด็นด้านการสร้างความเป็นธรรมในสังคมของจังหวัดเพชรบูรณ์ ประเด็นที่มีความโดดเด่นของจังหวัดจะเป็นในเรื่องของความมั่นคง และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเป็นหลัก ในขณะที่ประเด็นที่ยังคงเป็นจุดด้อยสำคัญคือในเรื่องของความเหลื่อมล้ำในสังคม ทั้งในเชิงของแรงงาน ความยากจน และการเข้าถึงศึกษาของนักเรียนด้อยโอกาส

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน

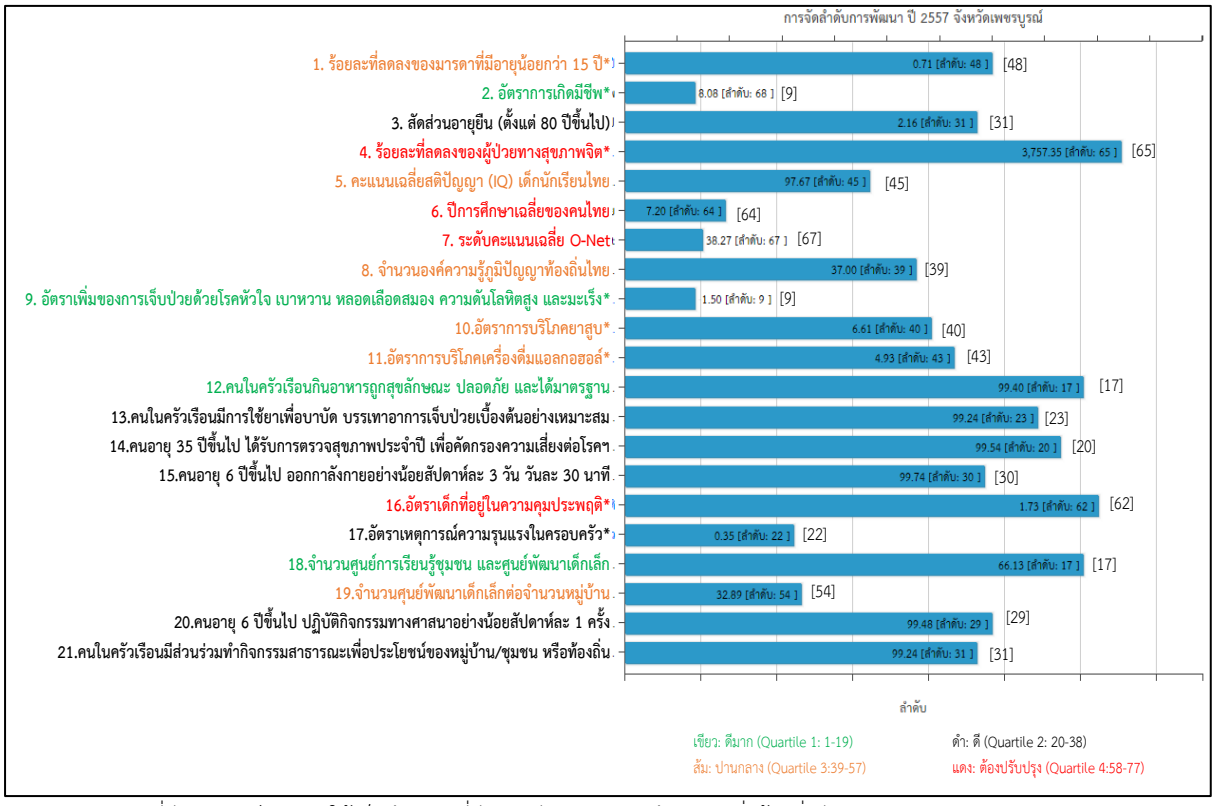
จังหวัดเพชรบูรณ์มีคะแนนในส่วนของการพัฒนาภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืนอยู่ที่ 3.55 ในขณะที่ค่าเฉลี่ยของประเทศอยู่ที่ 3.65 โดยหากเทียบเฉพาะในส่วนของประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 นี้ จังหวัดเพชรบูรณ์ถูกจัดอันดับให้อยู่ในลำดับที่ 56 หรือใน Quartile 3 ซึ่งอยู่ในกลุ่มที่พอใช้ โดยภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 นี้มีการประเมินปัจจัยในการพัฒนาด้วยกันทั้งสิ้น 21 ตัวด้วยกัน ซึ่งมีผลการประเมิน ดังต่อไปนี้ (แผนภาพที่ 2-23)

- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ดีมาก (Quartile 1) มี 4 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 2) อัตราการเกิดมีชีพ 9) อัตราเพิ่มของการเจ็บป่วยด้วยโรคหัวใจ เบาหวาน หลอดเลือดสมอง ความดันโลหิตสูง และมะเร็ง 12) คนในครัวเรือนกินอาหารถูกสุขลักษณะ ปลอดภัย และได้มาตรฐาน และ 18) จำนวนศูนย์การเรียนรู้ชุมชน และศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ดี (Quartile 2) มี 7 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 3) สัดส่วนอายุยืน (ตั้งแต่80 ปีขึ้นไป) 13) คนในครัวเรือนมีการใช้ยาเพื่อบำบัด บรรเทาอาการเจ็บป่วยเบื้องต้นอย่างเหมาะสม 14) คนอายุ 35 ปีขึ้นไป ได้รับการตรวจสุขภาพประจำปี เพื่อคัดกรองความเสี่ยงต่อโรค 15) คนอายุ 6 ปีขึ้นไป ออกกำลังกายอย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 วัน วันละ 30 นาที 17) จำนวนคดีความรุนแรงในครอบครัว 20) คนในครัวเรือนมีส่วนร่วมทำกิจกรรมสาธารณะเพื่อประโยชน์ของหมู่บ้าน/ชุมชน หรือท้องถิ่น และ 21) คนในครัวเรือนมีส่วนร่วมทำกิจกรรมสาธารณะเพื่อประโยชน์ของหมู่บ้านชุมชน หรือท้องถิ่น

- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง (Quartile 3) มี 6 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 1) ร้อยละที่ลดลงของมารดาที่มีอายุน้อยกว่า 15 ปี 5) คะแนนเฉลี่ยสติปัญญา (IQ) เด็กนักเรียนไทย 8) จำนวนองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย 10) อัตราการบริโภคยาสูบ 11) อัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ19) คนอายุ 6 ปีขึ้นไปปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนาอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

แผนภาพที่ 2-23: การเปรียบเทียบการพัฒนาเชิงเปรียบเทียบของจังหวัด (Comparative Benchmarking) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน



(หมายเหตุ: ปัจจัยที่มีสัญลักษณ์ * แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่มีค่าดัชนีผกผัน หมายถึงคะแนนยิ่งน้อยยิ่งดี)

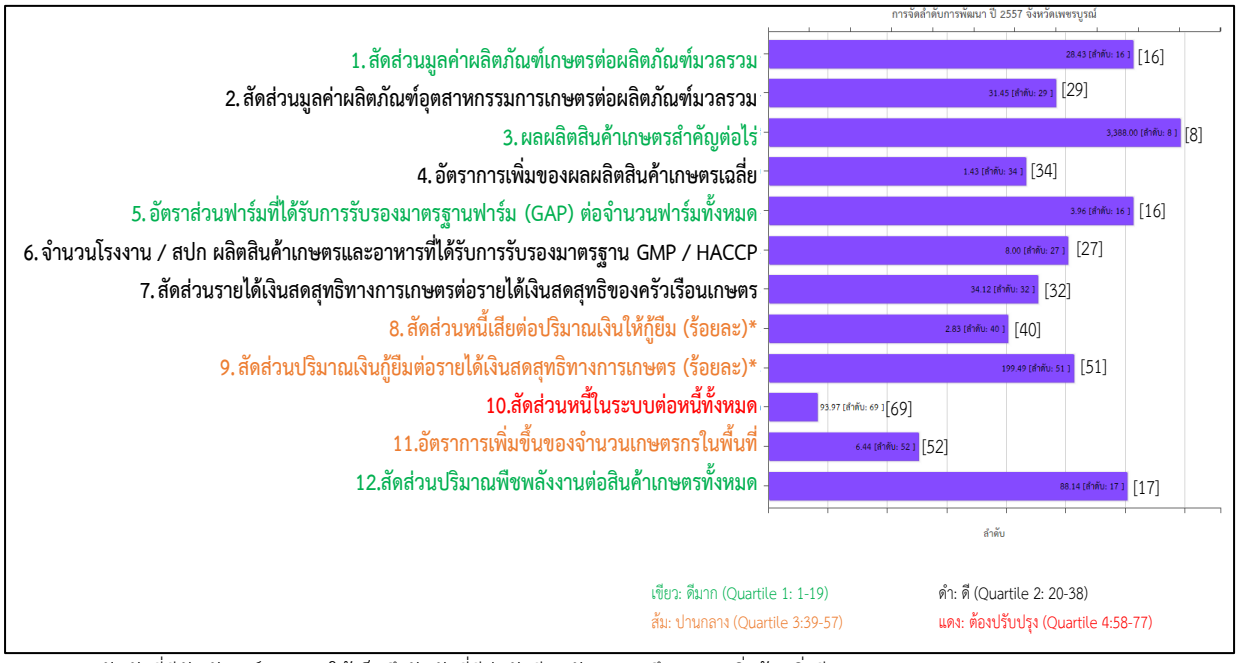
- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ต้องปรับปรุง (Quartile 4) มี 4 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 4) ร้อยละที่ลดลงของผู้ป่วยทางสุขภาพจิต 6) ปีการศึกษาเฉลี่ยของคนไทย 7) ระดับคะแนนเฉลี่ย O-Net และ 16) จำนวนเด็กที่อยู่ในความคุมประพฤติ

จากการพิจารณาปัจจัยที่เป็นจุดเด่น และจุดด้อยข้างต้นจะเห็นได้ว่าภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืนนี้ ประเด็นที่เป็นจุดเด่นของจังหวัดจะเป็นในเรื่องของการดูแลทางด้านสาธารณสุข และการพัฒนาโครงสร้างทางการศึกษา อย่างศูนย์การเรียนรู้ แต่ปัจจัยที่ยังคงเป็นจุดด้อยสำคัญกลับเป็นในเรื่องทางด้านคุณภาพการศึกษา ปัญหาสุขภาพจิต และความประพฤติเป็นหลัก

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ความเข็มแข็งภาคเกษตร ความมั่นคงของอาหาร และพลังงาน

ในส่วนประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ความเข็มแข็งภาคเกษตร ความมั่นคงของอาหาร และพลังงาน จังหวัดเพชรบูรณ์ได้คะแนนอยู่ที่ 3.33 ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศที่อยู่ที่ 3.08 ซึ่งหากทำการจัดลำดับของจังหวัดเฉพาะในส่วนของประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 นี้ พบว่าจังหวัดเพชรบูรณ์ถูกจัดอันดับให้อยู่ในลำดับที่ 24 หรือใน Quartile 2 ซึ่งอยู่ในกลุ่มที่ดี ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 นี้มีการประเมินปัจจัยในการพัฒนาด้วยกันทั้งสิ้น 12 ตัวด้วยกัน ซึ่งมีผลการประเมิน ดังต่อไปนี้ (แผนภาพที่ 2-24)

แผนภาพที่ 2-24: การเปรียบเทียบการพัฒนาเชิงเปรียบเทียบของจังหวัด (Comparative Benchmarking) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ความเข้มแข็งภาคเกษตร ความมั่นคงของอาหาร และพลังงาน



(หมายเหตุ: ปัจจัยที่มีสัญลักษณ์ * แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่มีค่าดัชนีผกผัน หมายถึงคะแนนยิ่งน้อยยิ่งดี)

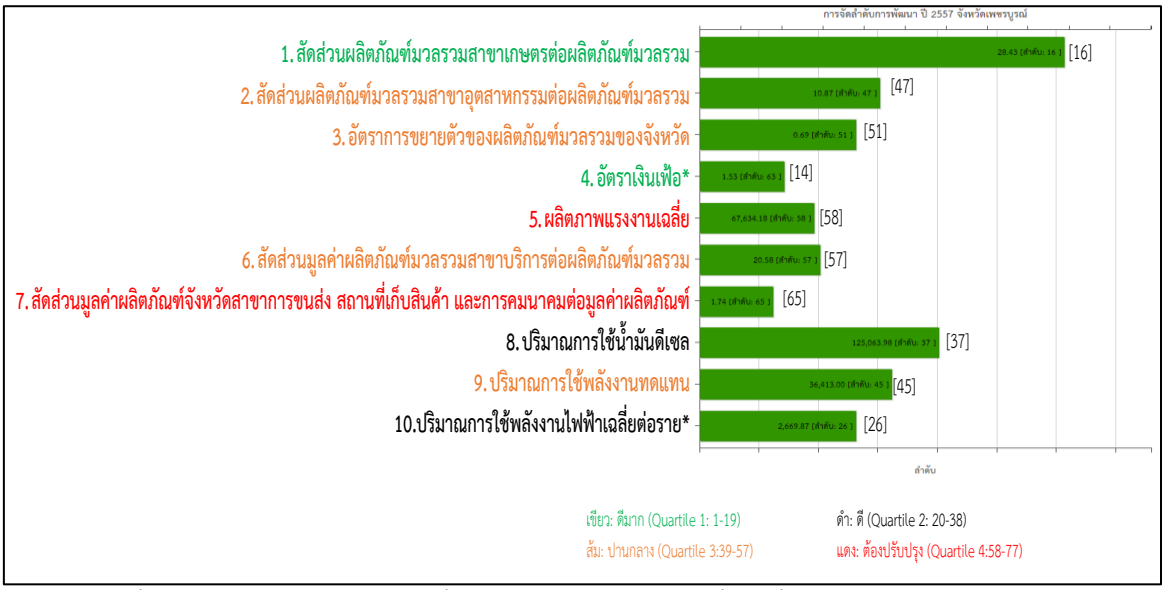
- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ดีมาก (Quartile 1) มี 4 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 1) สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม 3) ผลผลิตสินค้าเกษตรสำคัญต่อไร่ 5) อัตราส่วนฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์ม (GAP) ต่อจำนวนฟาร์มทั้งหมด และ 12) สัดส่วนปริมาณพืชพลังงานต่อสินค้าเกษตรทั้งหมด
- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ดี (Quartile 2) มี 3 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 2) สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม 4) อัตราการเพิ่มของผลผลิตสินค้าเกษตรเฉลี่ย 6) จำนวนโรงงาน/ส.ป.ก. ผลิตสินค้าเกษตรและอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP / HACCP 7) สัดส่วนรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตรต่อรายได้เงินสดสุทธิของครัวเรือนเกษตร
- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง (Quartile 3) มี 3 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 8) สัดส่วนหนี้เสียต่อปริมาณเงินให้กู้ยืม (ร้อยละ) 9) สัดส่วนปริมาณเงินกู้ยืมต่อรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตร (ร้อยละ) และ 11) อัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนเกษตรกรในพื้นที่
- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ต้องปรับปรุง (Quartile 4) มี 1 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 10) สัดส่วนหนี้ในระบบต่อหนี้ทั้งหมด

ด้วยศักยภาพทางด้านเกษตรกรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์ ทำให้หลาย ๆ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับทางด้านเกษตรกรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์จึงมีความโดดเด่นค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของผลิตภัณฑ์มวลรวมทางด้านเกษตร ผลิตภาพทางการเกษตร หรือแม้แต่มาตรฐานฟาร์ม และการใช้พืชพลังงาน แต่ประเด็นสำคัญที่จังหวัดเพชรบูรณ์จะต้องให้ความสำคัญคือปัญหาหนี้สินที่เกิดขึ้น ซึ่งอาจส่งผลต่อการดำเนินงานทางเศรษฐกิจในด้านอื่นๆ ต่อไปได้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4: การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

จังหวัดเพชรบูรณ์มีคะแนนการพัฒนาในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4: การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน อยู่ที่ 2.80 ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศที่อยู่ที่ระดับ 2.75 คะแนน จากคะแนนดังกล่าวทำให้จังหวัดเพชรบูรณ์ได้รับการจัดลำดับเฉพาะในส่วนของประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 นี้ ในลำดับ 32 หรือใน Quartile 2 ซึ่งอยู่ในกลุ่มที่ดี โดยมีการประเมินปัจจัยทั้งสิ้น 10 ตัวด้วยกัน ดังต่อไปนี้ (แผนภาพที่ 2-25)

แผนภาพที่ 2-25: การเปรียบเทียบการพัฒนาเชิงเปรียบเทียบของจังหวัด (Comparative Benchmarking) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน



(หมายเหตุ: ปัจจัยที่มีสัญลักษณ์ * แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่มีค่าดัชนีผกผัน หมายถึงคะแนนยิ่งน้อยยิ่งดี)

- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ดีมาก (Quartile 1) มี 2 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 1) สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม และ 4) อัตราเงินเฟ้อ
- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ดี (Quartile 2) มี 2 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 8) ปริมาณการใช้น้ำมันดีเซล 10) ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าเฉลี่ยต่อราย
- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง (Quartile 3) มี 3 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 2)สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาอุตสาหกรรมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม 3) อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด และ 9) ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน
- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ต้องปรับปรุง (Quartile 4) มี 3 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 5) ผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย 6) สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม และ 7) สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดสาขาการขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคมต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์

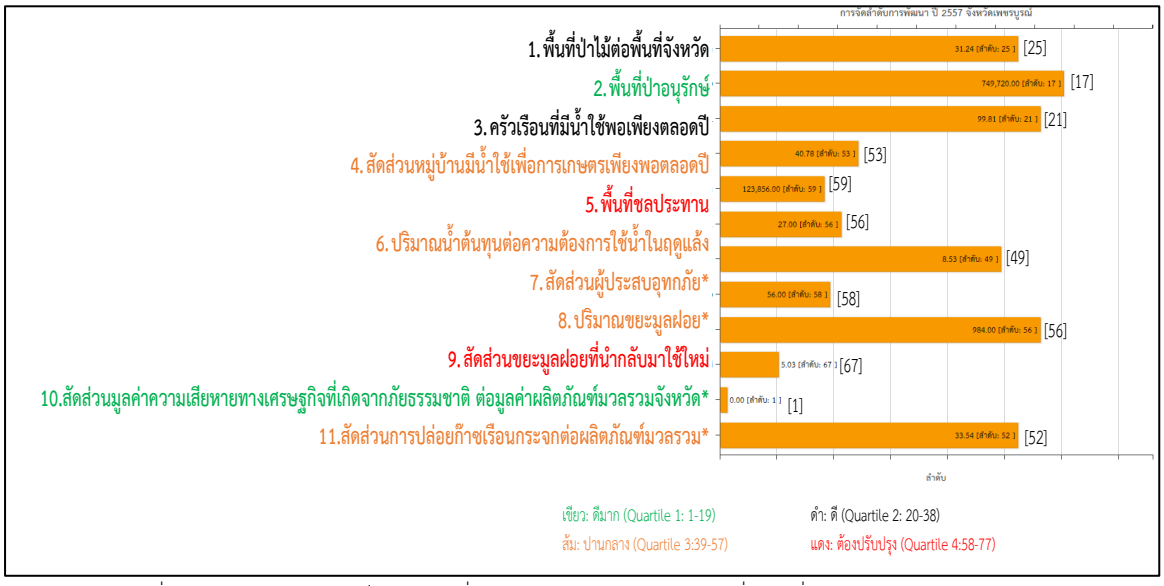
ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ นี้จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าทั้งในส่วนของศักยภาพและทิศทางของการ 4 พัฒนาของจังหวัดจะมุ่งไปที่เกษตรกรรมเป็นสำคัญ จึงทำให้คะแนนที่ค่อนข้างสูงทางด้านพัฒนาของจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับเกษตร ในขณะที่จังหวัดเพชรบูรณ์อาจยังไม่ได้มุ่งไปในทิศทางทางด้านอุตสาหกรรม และการบริการ ทำให้ได้คะแนนในส่วนที่เกี่ยวข้องในสาขานั้นๆ ต่ำ คะแนนในประเด็นยุทธศาสตร์นี้จะไม่ได้สามารถสะท้อนเป็นจุดด้อยของจังหวัดได้อย่างจริงจัง เพียงแต่สะท้อนให้เห็นถึงทิศทางในปัจจุบันของจังหวัดที่เน้นทางด้านการเกษตรกรรมมากกว่าเท่านั้น

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6: การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน จังหวัดเพชรบูรณ์ได้คะแนนทางด้านการพัฒนาอยู่ที่ 2.78 คะแนน ซึ่งถือว่าเป็นคะแนนที่ต่ำที่สุดหากเทียบกับประเด็นยุทธศาสตร์อื่น ๆ โดยมีคะแนนเฉลี่ยของจังหวัดอยู่ที่ 3.15 คะแนน ทำให้เพชรบูรณ์ถูกจัดอันดับอยู่ที่อันดับ 69 ซึ่งเป็นหนึ่งใน 10 อันดับที่จากสุดท้าย หรืออยู่ใน Quartile 4 ที่อยู่ในเกณฑ์ต้องปรับปรุง ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 นี้ มีการประเมิน 12 ปัจจัยด้วยกัน ดังต่อไปนี้ (แผนภาพที่ 2-26)

- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ดีมาก (Quartile 1) มี 2 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 2) พื้นที่ป่าอนุรักษ์ และ 4) สัดส่วนมูลค่าความเสียหายทางเศรษฐกิจที่เกิดจากภัยธรรมชาติ ต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด
- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ดี (Quartile 2) มี 2 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 1) พื้นที่ป่าไม้ต่อพื้นที่จังหวัด และ 3) ครัวเรือนที่มีน้ำใช้พอเพียงตลอดปี

แผนภาพที่ 2-26: การเปรียบเทียบการพัฒนาเชิงเปรียบเทียบของจังหวัด (Comparative Benchmarking) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน



(หมายเหตุ: ปัจจัยที่มีสัญลักษณ์ * แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่มีค่าดัชนีผกผัน หมายถึงคะแนนยิ่งน้อยยิ่งดี)

- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง (Quartile 3) มี 5 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 4) สัดส่วนหมู่บ้านมีน้ำใช้เพื่อการเกษตรเพียงพอตลอดปี 6) ปริมาณน้ำต้นทุนต่อความต้องการใช้น้ำในฤดูแล้ง 7) สัดส่วนผู้ประสบอุทกภัย 9) ปริมาณขยะมูลฝอย และ 12) สัดส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม
- ปัจจัยที่อยู่ในเกณฑ์ต้องปรับปรุง (Quartile 4) มี 3 ปัจจัย ประกอบไปด้วย 5) พื้นที่ชลประทาน 8) ผลการตรวจวัดคุณภาพน้ำผิวดิน และ 10) สัดส่วนขยะมูลฝอยที่นำกลับมาใช้ใหม่

จากการประเมินปัจจัยข้างต้น จะเห็นได้ว่าจุดเด่นของจังหวัดเพชรบูรณ์จะเป็นในเรื่องของการที่มีทรัพยากรป่าไม้ และผลกระทบจากภัยพิบัติที่น้อย แต่จุดด้อยสำคัญของจังหวัดยังเป็นในเรื่องของการจัดการทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ ไม่ว่าจะเป็น พื้นที่ชลประทาน คุณภาพน้ำ หรือการจัดการขยะมูลฝอย เป็นต้น

2.4 แนวทางการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

หลังจากที่ได้มีการวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดผ่านเครื่องมือ SWOT แล้ว ก็สามารถชี้ให้เห็นถึงแนวทางในการพัฒนาของจังหวัดในแต่ละด้านได้อย่างเหมาะสมมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในด้าน เกษตร อุตสาหกรรม ท่องเที่ยว หรือการค้า อย่างไรก็ตามหากการพัฒนาทิศทางดังกล่าวไม่ชัดเจนเพียงพอ อาจทำให้การขับเคลื่อนทิศทางของจังหวัด ซึ่งมีงบประมาณอยู่อย่างจำกัด ขาดความชัดเจนสามารถหรือไม่สามารถพัฒนาให้เกิดความรูปธรรมขึ้นมาได้ ดังนั้นจึงมีแนวคิดในการใช้หลักการของผลิตภัณฑ์ศักยภาพขึ้นมา ซึ่งเป็นการกำหนดในระดับตัวผลิตภัณฑ์ในแต่ละด้าน เช่น ตั้งแต่เกษตร -> เกษตรอินทรีย์ -> ข้าวอินทรีย์ เป็นต้น

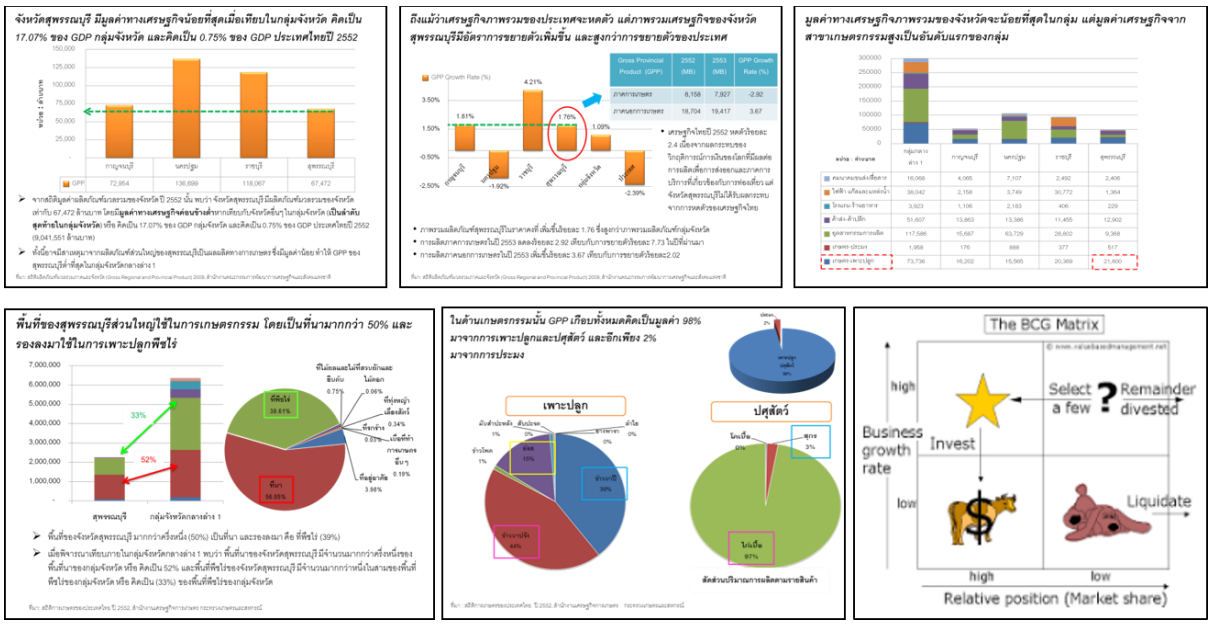
การที่มีผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ชัดเจน ก็จะช่วยให้สามารถพัฒนาโครงการที่เหมาะสมและสามารถขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพตัวนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ทั้งนี้ ในการระบุและขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

1. การระบุผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion)

เพื่อให้การระบุผลิตภัณฑ์ศักยภาพมีความสอดคล้องกับทิศทางของนโยบาย และสะท้อนศักยภาพของพื้นที่ได้มากที่สุด ในการเลือกผลิตภัณฑ์ศักยภาพจะต้องพิจารณาจาก 1) ทิศทางของนโยบาย ทั้งในส่วนที่มาจากนโยบายของรัฐบาล วิสัยทัศน์หรือทิศทางยุทธศาสตร์การพัฒนาของผู้บริหารจังหวัด หรือแม้แต่โครงการสำคัญที่จังหวัด หรือกลุ่มจังหวัดกำลังขับเคลื่อน 2) จุดเน้น หรือทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ (Positioning) ของพื้นที่ อาทิ ทิศทางของภูมิภาค กลุ่มจังหวัด หรือของจังหวัดเอง และ 3) ข้อมูลสถิติสนับสนุนต่างๆ ที่มาใช้ในการเปรียบเทียบ และประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่ เข้ามาประกอบกัน

เพื่อให้การระบุผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มีความเหมาะสมและสอดรับกับบริบทของพื้นที่มากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อให้เป็นข้อมูลสำคัญสำหรับผู้บริหารของจังหวัดในการตัดสินใจ ข้อมูลสนับสนุนประกอบผลิตภัณฑ์ศักยภาพจึงถือว่าเป็นส่วนของข้อมูลที่สำคัญมาก อาทิ ภาพรวมเศรษฐกิจของพื้นที่ ศักยภาพด้านการเกษตร อุตสาหกรรม ท่องเที่ยว หรือการค้า หรือแม้แต่ข้อมูลสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบข้อมูลผลิตภัณฑ์ศักยภาพต่างๆ ดังตัวอย่างในแผนภาพ 2-27 นี้

แผนภาพที่ 2-27: ตัวอย่างข้อมูลสนับสนุนประกอบการพิจารณาผลิตภัณฑ์ศักยภาพ



โดยทั่วไปแล้ว ในการพิจารณา และกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพตัวหนึ่งนั้น อาจจะต้องมีการพิจารณาประเด็นเหล่านี้ ประกอบเพิ่มเติมด้วย

- โอกาสของตลาดต่อ Product Champion (Demand and Market Opportunity)
- ความพร้อมของวัตถุดิบ และอุปทาน (Supply)
- กระบวนการในการแปรรูป ต่อยอด หรือขยายผล (Value Added Process)
- องค์ความรู้ และงานวิจัยในการพัฒนา (Research and Development Required)
- เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง (Technology)
- ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders)

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการพิจารณาผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่หนึ่งนั้น อาจต้องพิจารณาจากหลายปัจจัยเข้ามาประกอบกัน จึงได้มีการกำหนดกรอบแนวคิดในการพิจารณาผลิตภัณฑ์ศักยภาพเบื้องต้น ดังนี้

แผนภาพที่ 2-28: กรอบแนวทางการพิจารณาผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ปัจจัยกำหนด / เกรดที่ได้	นโยบาย (นโยบายผู้ว่า-Expert Opinion)	จุดเน้น / ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ (Positioning)	ข้อมูลสนับสนุนและการวิเคราะห์อื่นๆ
A (ผ่าน)	/	/	/
B (หารือ)	X	/	/
C (หารือ / ค้นคว้าเพิ่มเติม)	x	X	/

นอกจากนี้ เนื่องจากการพัฒนาทิศทางทางด้านเศรษฐกิจของจังหวัดนั้น มีความหลากหลาย ขึ้นอยู่กับนโยบาย ศักยภาพ และบริบทของพื้นที่ ดังนั้นในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจจึงอาจเกิดขึ้นได้หลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นทั้งทางด้านเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว หรือแม้แต่การค้า แต่เพื่อให้การกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นมีความชัดเจนมากที่สุด จึงได้มีการกำหนดแนวคิดในเรื่องของลำดับขั้น (Level) ของผลิตภัณฑ์ศักยภาพขึ้นมา โดยในแต่ละลำดับขั้นจะเป็นการกำหนดความชัดเจนในการพัฒนาตามกรอบของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ ดังตัวอย่างในตารางที่ 2-4 นี้

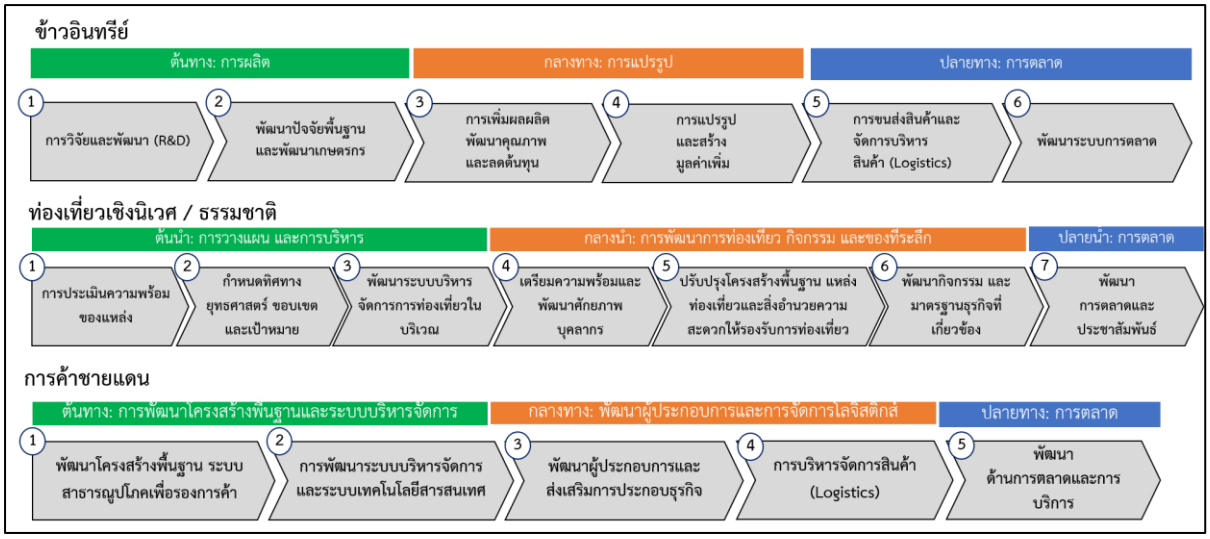
ตารางที่ 2-4: ตัวอย่างการกำหนดระดับของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ระดับ 0	ระดับ 1	ระดับ 2	ระดับ 3	ระดับ 4	ระดับ 5
การพัฒนาจังหวัด	เศรษฐกิจ	เกษตรกรรม	เพาะปลูก	ข้าว	ชัยนาท 1 ปทุมธานี 1 สุพรรณ 60
				อ้อย	
				ผลไม้	
			ปศุสัตว์	โค	
				หมู	
			ประมง	กุ้ง	
				ปลา	
		อุตสาหกรรม	ขนาดใหญ่	เซรามิก / กระจก เคมี / ยาง	
			ขนาดกลาง / SME		
			ในครัวเรือน		
		การค้า การลงทุน	การค้าชายแดน		
			ค้าปลีก		
		ท่องเที่ยว	ธรรมชาติ	นิเวศ / ทะเล	
			วัฒนธรรม	ประเพณี / ชุมชน	
			สันทนาการ	สุขภาพ / ผจญภัย / MICE	
	สังคม				
	สิ่งแวดล้อม				

2. การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ศักยภาพผ่านห่วงโซ่มูลค่า

หลังจากที่สามารถกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาได้แล้ว สิ่งสำคัญคือจะมีแนวทางในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นอย่างไรได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีการนำเสนอแนวคิดในเรื่องของห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) เข้ามา ที่จะมาช่วยกำหนดกรอบในการขับเคลื่อน โดยแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพก็จะต้องมีการกำหนดข้อต่อการพัฒนาที่สำคัญตั้งแต่ในช่วงของต้นทาง กลางทาง และปลายทางต่อไป ซึ่งการพัฒนาตามกรอบห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ก็จะมีความแตกต่างกันออกไปตามประเภทรูปแบบ พื้นที่ หรือแม้แต่ศักยภาพบริบทต่างๆ เช่น หากผลิตภัณฑ์ศักยภาพทางด้านการเกษตร ก็อาจจะมีข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าในแต่ละส่วนที่แตกต่างกับ ผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เป็นด้านการท่องเที่ยว ด้านการค้า หรือด้านอุตสาหกรรม เป็นต้น ดังตัวอย่างในแผนภาพที่ 2-29 นี้

แผนภาพที่ 2-29: ตัวอย่างข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ



จากแผนภาพข้างต้น จะเห็นได้ว่าการวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ศักยภาพตามกรอบห่วงโซ่มูลค่าจะเป็นการกำหนดแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์นั้นๆ ตั้งแต่การผลิตไปจนถึงการตลาดถึงผู้บริโภคได้ในแต่ละข้อต่อ อย่างไรก็ตาม หากพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อต่อนั้น จะเห็นได้ว่าจะเป็นกรอบการพัฒนากว้างๆ เป็นสำคัญ ซึ่งเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนในแต่ละข้อต่อได้อย่างเป็นรูปธรรม จึงต้องให้ความสำคัญถึงปัจจัยที่ในการดำเนินงานในแต่ละข้อต่อเพิ่มเติมด้วย หรือในอีกความหมายหนึ่งคือ “ในการขับเคลื่อนแต่ละข้อต่อจะต้องทำอะไรบ้าง?” ประเด็นปัจจัยในแต่ละข้อต่อเหล่านี้ เรียกว่า “ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factors: CSF)” ซึ่งในการวิเคราะห์และกำหนดปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อนั้น อาจพิจารณาข้อมูลทั้งในส่วนของกลยุทธ์ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ศักยภาพ ตัวชี้วัด โครงการตามแผนงานที่เกี่ยวข้อง หรือแม้แต่ข้อมูลศักยภาพสำคัญ อื่นๆ มาประกอบเข้าด้วยกันได้

3. การวิเคราะห์ช่องว่างในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

เมื่อสามารถวิเคราะห์และกำหนดรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละข้อต่อในห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพขึ้นมาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนการมีสรุปรายละเอียด (Check List) ของปัจจัยหรือสิ่งที่ต้องมีการดำเนินการ ซึ่งในการปฏิบัติงานจริงนั้นอาจมีหลายปัจจัยที่ได้มีการดำเนินการบางอย่างไปแล้ว ด้วยเหตุนี้ จึงต้องมีการตรวจสอบและวิเคราะห์ว่ามีปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF) เรื่องใดบ้าง ที่มีการดำเนินการไปแล้ว หรือมีโครงการรองรับไปแล้วบ้าง ซึ่งท้ายที่สุดจะช่วยให้สามารถระบุถึงสิ่งที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาในปัจจัยสำคัญ ที่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ มารองรับ

ในการตรวจสอบและระบุว่าในปัจจัยสู่ความสำเร็จแต่ละข้อ มีโครงการใดมารองรับอยู่บ้างแล้วนั้น สามารถใช้กรอบแนวทางตามตาราง ดังต่อไปนี้ เพื่อตรวจสอบได้

ตารางที่ 2-5: กรอบตารางข้อมูลการระบุปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีโครงการมารองรับ

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
ระบุ CSF ที่มีโครงการรองรับ	*ระบุชื่อโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานที่ตอบสนองต่อ CSF*	*ระบุผู้รับผิดชอบหลัก*	*สรุปแนวคิดสำคัญของโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานสำคัญ ที่ตอบสนองต่อ CSF*

จากตารางข้างต้น สามารถสรุปข้อมูลที่เป็นตัวอย่างของข้อมูลของปัจจัยสู่ความสำความสำเร็จที่มีโครงการมารองรับได้ ดังนี้

ตารางที่ 2-6: ตัวอย่างการระบุรายละเอียดปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีโครงการมารองรับ

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1 / 1.2 / 1.3	โครงการจัดเก็บและพัฒนาองค์ความรู้ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว	สนง. ท่องเที่ยวจังหวัด	สำรวจข้อมูลในชุมชน จัดเก็บข้อมูล พร้อมนำมาประชาสัมพันธ์และสื่อสารในรูปแบบของสิ่งพิมพ์ – อาหารถิ่น / วัฒนธรรม และประวัติบ้านท่านหนูฮัก
2.1	โครงการศึกษาพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยว ชุมชนบ้านภู	มหาวิทยาลัยราชภัฏ	สำรวจและศึกษาพฤติกรรมทางด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมายังชุมชนบ้านภู
3.1	โครงการพัฒนามาตรฐานการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	สนง.ท่องเที่ยวจังหวัด	ให้ความรู้ถึงแนวทางการให้บริการที่เป็นการพัฒนาองค์ประกอบทางด้านการท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นมาตรฐาน

หลังจากที่มีการระบุปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีโครงการมารองรับตามกรอบตารางข้างต้นได้แล้ว ก็สามารถสรุปข้อมูลตามกรอบแนวคิดห่วงโซ่มูลค่าขึ้นมาได้ ซึ่งจะช่วยให้เห็นในภาพรวมห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ ได้ว่าปัจจัยสู่ความสำเร็จข้อใดบ้างที่มีโครงการ หรือมีแนวทางการดำเนินงานสำคัญรองรับ และมีปัจจัยสู่ความสำเร็จใดบ้างที่ยังคงเป็นช่องว่าง ที่ยังไม่มีโครงการมารองรับ หรือยังต้องมีการขยายผลการดำเนินงานเพิ่มเติม โดยสามารถแสดงผลตามกรอบของห่วงโซ่มูลค่าได้ตามตัวอย่างต่อไปนี้

แผนภาพที่ 2-30: ตัวอย่างการระบุช่องว่างของห่วงโซ่มูลค่า

4. การพัฒนาโครงการจากช่องว่างที่มี

เมื่อสามารถระบุปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง (Gap) ได้แล้ว ก็จะต้องมีการพัฒนาโครงการหรือแนวทางการขับเคลื่อนที่จะสามารถตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างนั้นได้ โดยสามารถจัดทำรายละเอียดของโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างตามกรอบตาราง และตัวอย่างดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2-7: กรอบตารางข้อมูลการระบุโครงการรองรับปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
ระบุ CSF ที่เป็นช่องว่าง	*ชื่อโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานที่ตอบสนองต่อ CSF ที่เป็นช่องว่าง*	*สรุปแนวคิดของโครงการ*	*ระบุผู้รับผิดชอบหลัก หรือกลไกการทำงานของโครงการ (ถ้ามี)*

ตารางที่ 2-8: ตัวอย่างการระบุโครงการรองรับปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.4	โครงการพัฒนาศูนย์บริการด้านการท่องเที่ยว (Tourist Center)	พัฒนาแผนงานในการจัดตั้งศูนย์บริหารด้านการท่องเที่ยว พร้อมกำหนดองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
2.2 / 3.4	โครงการศึกษา และจัดทำยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดมุกดาหาร	ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ศึกษาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ พร้อมจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
3.1	โครงการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการท่องเที่ยว	พัฒนาระบบฐานข้อมูลสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว กำหนดแนวทางการนำเสนอเรื่องราวปละข้อมูลของสถานที่ พร้อมการพัฒนา Application รองรับการท่องเที่ยวของจังหวัด	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

ทั้งนี้ หนึ่งโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานที่พัฒนาขึ้นมานี้ อาจตอบสนองหนึ่งปัจจัยสู่ความสำเร็จหรือมากกว่าหนึ่งปัจจัยสู่ความสำเร็จก็ได้ ขึ้นอยู่กับแนวคิด และความครอบคลุมของโครงการที่มีการพัฒนาขึ้นมา

จากสรุปกรอบรายละเอียดของโครงการที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จข้างต้น ก็สามารถนำมาพัฒนารายละเอียดโครงการเพิ่มเติม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนโครงการ และจัดทำแบบของบประมาณของโครงการต่อไป โดยมีกรอบแนวทางในการจัดทำรายละเอียดของแต่ละโครงการ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2-9: กรอบแนวทางการจัดทำรายละเอียดของโครงการ

ชื่อโครงการ: *ระบุชื่อโครงการ*
ที่มา / หลักการและเหตุผล: *ระบุถึงหลักการและความสำคัญของโครงการ ถึงความจำเป็นในการพัฒนาโครงการ*
สรุปแนวคิดโครงการ *แนวคิดและกรอบราบละเอียดสำคัญของโครงการ*
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ *กิจกรรมสำคัญของโครงการ*
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง *นำเสนอหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และรูปแบบการทำงาน / ความเชื่อมโยงในการทำงานร่วมกัน*
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: *หน่วยงานรับผิดชอบหรือเจ้าของโครงการ*
ผลลัพธ์: *ผลกระทบที่คาดว่าจะได้รับ หรือเกิดขึ้นจากการดำเนินงานโครงการ*
ผลผลิต: *ผลผลิต หรือสิ่งที่จะได้รับจากการดำเนินกิจกรรมทั้งหมดของโครงการ*
ตัวชี้วัดของโครงการ: *แนวทางการประเมินผลสำเร็จของโครงการ*

ตารางที่ 2-10: ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น– สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
ระบุขั้นตอนสำคัญของโครงการ	*ระยะเวลาในการดำเนินงานของขั้นตอน*	*งบประมาณที่ต้องใช้ในการดำเนินขั้นตอนนี้*	*ทรัพยากรที่ต้องใช้นอกเหนือจากเงินในการดำเนินงานขั้นตอนนี้*	*ผู้รับผิดชอบในขั้นตอนนี้*	

2.5 การพัฒนาและเขียนโครงการ

นอกเหนือจากหลักการในการระบุผลิตภัณฑ์ศักยภาพ มาสู่การวิเคราะห์ช่องว่างตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า จนนำมาสู่การพัฒนาแนวคิดโครงการสำคัญขึ้นมาแล้วนั้น สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาของพื้นที่ได้เป็นอย่างดีคือการพัฒนาและเขียนโครงการที่เหมาะสม ซึ่งจะต้องให้ความสำคัญตั้งแต่หลักการของการพัฒนาโครงการ และแนวทางในการเขียนโครงการไปพร้อมๆ กัน

<u>ความหมายของโครงการ</u>

โครงการ (Project) หมายถึง แผนงานย่อยที่ประกอบด้วยกิจกรรมหลายกิจกรรม หรืองานหลายงานที่ระบุรายละเอียดชัดเจน หรือกล่าวได้ว่า โครงการ เป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่งในการวางแผนพัฒนา ซึ่งช่วยให้เห็นภาพ และทิศทางการพัฒนา

แผนงานที่ปราศจากโครงการ ย่อมเป็นแผนงานที่ไม่สมบูรณ์ ไม่สามารถนำไปปฏิบัติให้เป็นรูปธรรมได้ ดังนั้นโครงการจึงเป็นสิ่งที่ทำให้สามารถนำแผนปฏิบัติการสู่การปฏิบัติจริง เพื่อให้เกิดผล และบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการได้ และเป็นจุดเชื่อมโยงจากแผนงาน ไปสู่แผนเงิน และแผนคนด้วย

<u>หลักการการพัฒนาโครงการแบบบูรณาการ</u>

ภายใต้การขับเคลื่อนการพัฒนาของพื้นที่ผ่านกรอบแนวคิดของผลิตภัณฑ์ศักยภาพตามกรอบห่วงโซ่มูลค่านั้น สิ่งสำคัญประการหนึ่งที่ต้องให้ความสำคัญเพื่อให้การขับเคลื่อนนั้นมีประสิทธิภาพ คือการบูรณาการระหว่างกัน อันจะส่งผลให้เกิดขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกันทั้งหมดได้

ที่ผ่านมานั้น การพัฒนาโครงการในการตอบสนองต่อผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นอาจมีโครงการเกิดขึ้นมาได้หลากหลายรูปแบบ ไม่วาจะเป็นโครงการจากส่วนกลาง (Function) โครงการจากพื้นที่ (Area) หรือโครงการจากเอกชน (Private) ซึ่งโครงการเหล่านั้นส่วนใหญ่ล้วนเป็นโครงการที่อาจมีการดำเนินการแยกกัน หรือที่เรียกกันว่าเป็นการดำเนินงานแบบ silo หรือต่างคนต่างทำ โดยที่ไม่ได้อ้างอิงหรือถึงแนวทางการเชื่อมโยงกับส่วนงานอื่นๆ แต่อย่างใด

เพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้มีประสิทธิภาพอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น จึงจะต้องเริ่มเกิดการบูรณาการระหว่างกันระหว่างภาคส่วนต่างๆ เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับโมเดลการทำงานที่สะท้อนถึงรูปแบบความร่วมมือระหว่างรัฐกับเอกชนที่มากขึ้น หรือที่เรียกกันว่า Public-Private Partnership

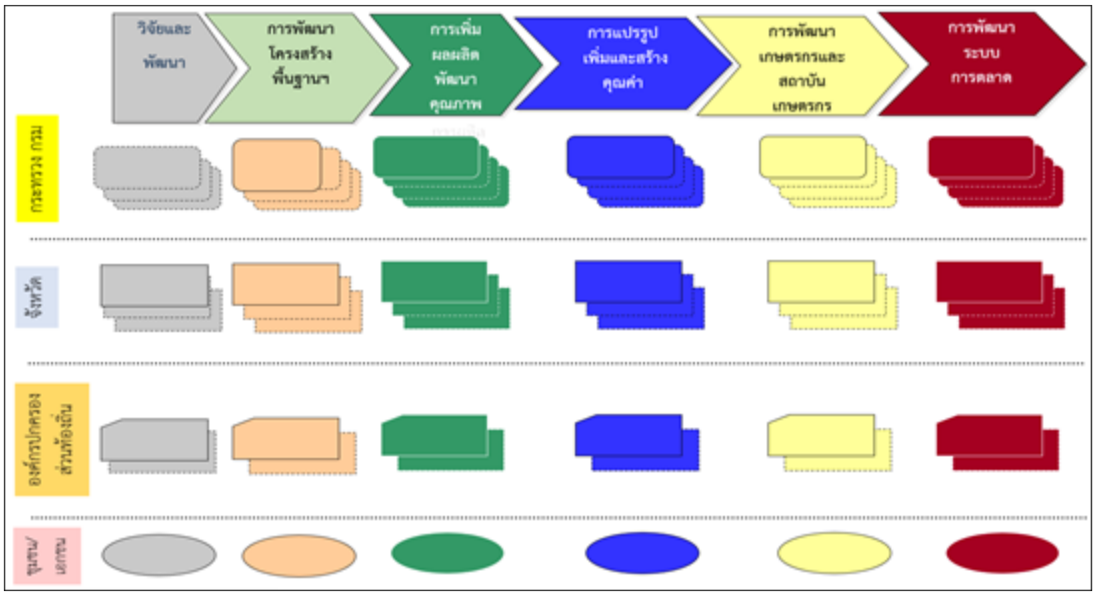
ตารางที่ 2-11: กรอบตัวอย่างรูปแบบการทำงานระหว่างรัฐและเอกชน

รูปแบบการดำเนินงาน	การลงทุนจากภาครัฐ	การลงทุนจากภาคเอกชน
รัฐลงทุนร่วมกับเอกชน	✓	✓
รัฐลงทุนเอง	✓	✗
เอกชนลงทุนเอง	✗	✓

ทั้งนี้ ในปัจจุบันพบว่ายังมีรูปแบบการดำเนินงานแบบประชารัฐ ที่มีภาคประชาสังคมเข้ามาเสริมร่วมกับภาครัฐ และเอกชน ก็ถือว่าเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่มีการพัฒนาขึ้นมาในการช่วยขับเคลื่อนงานในภาคส่วนต่างๆ ของประเทศอย่างแพร่หลายมากขึ้น อาทิ บริษัท ประชารัฐรักสามัคคี เป็นต้น

นอกจากรูปแบบการดำเนินงานแบบบูรณาการดังกล่าวแล้ว การพัฒนาโครงการที่ตอบสนองต่อแต่ละข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จก็ยังนับว่าเป็นแนวคิดพื้นฐานสำคัญที่จะช่วยในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพได้เป็นอย่างดีเช่นกัน โดยการขับเคลื่อนแบบบูรณาการที่สามารถเกิดขึ้นได้นั้น อาจเกิดจากการแบ่งโครงการตามบทบาทหน้าที่ที่หน่วยงานนั้นๆ รับผิดชอบได้ ซึ่งจะช่วยให้เห็นความเชื่อมโยงของการทำงานระหว่างกันขึ้นมาได้ ดังตัวอย่างในแผนภาพ 2-31 ที่แสดงให้เห็นถึงแนวคิดการวางโครงการตามข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกันมีการแบ่งบทบาทการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน ซึ่งท้ายที่สุดแล้วจะช่วยให้เห็นภาพรวมการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพตามห่วงโซ่มูลค่าของหน่วยงานต่างๆ ได้อย่างชัดเจน

แผนภาพที่ 2-31: กรอบแนวคิดการกำหนดโครงการแบบบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดห่วงโซ่มูลค่า



<u>กรอบแนวคิดของการพัฒนาโครงการ</u>

การพัฒนาโครงการที่มีประสิทธิภาพและสามารถนำไปสู่ผลลัพธ์ได้อย่างเป็นรูปธรรมในพื้นที่นั้นจะต้องพิจารณาประเด็นสำคัญอยู่ 3 เรื่องใหญ่ๆ ด้วยกัน ได้แก่

1. ความสอดคล้องเชื่อมโยงกับนโยบาย และตอบสนองความต้องการในพื้นที่: ให้ความสำคัญกับความสอดคล้องระหว่างโครงการกับยุทธศาสตร์ / แผนงานในระดับต่างๆ ซึ่งจะสะท้อนความเร่งด่วนในประเด็นสำคัญ ที่รัฐบาลให้ความสำคัญรวมถึงความเชื่อมโยงกับการดำเนินงานในปีก่อนๆ โดยมีประเด็นย่อยที่ต้องพิจารณา อาทิ ความเร่งด่วน (Urgency) การเชื่อมโยง (Integration) ความต้องการของพื้นที่ (Local Demand) มีส่วนในการพัฒนาเศรษฐกิจ และแก้ปัญหาอุดช่องว่างทางเศรษฐกิจ/

2. คุณภาพโครงการ: พิจารณาตั้งแต่ความชัดเจนของวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินงาน ลักษณะของกิจกรรมความเหมาะสม และความคุ้มค่าในการสนับสนุนงบประมาณ โดยโครงการที่พัฒนาขึ้นมาจะต้องมีทั้งผลผลิต / ผลลัพธ์ (Result) และผลกระทบ (Potential Impact) ที่อาจเกิดขึ้น
3. ความพร้อมและความเป็นไปได้ในการดำเนินงาน: มุ่งเน้นการพิจารณาความสามารถความเหมาะสมของหน่วยงาน ทั้งในประเด็นในด้านของความเป็นไปได้ (Actionable) ของโครงการ และความพร้อมของหน่วยงาน (Readiness) อีกทั้งยังพิจารณาความสามารถในการต่อยอดโครงการหลังจากได้รับงบประมาณ และการบูรณาการการทานกับพื้นที่เป้าหมาย

<u>หลักการเขียนโครงการ</u>

ก่อนที่จะมีการพัฒนาและเขียนโครงการในการขับเคลื่อนพื้นที่ขึ้นมานั้น ควรจะต้องให้แน่ใจได้ว่าโครงการที่จะดำเนินการนั้นสร้างประโยชน์หรือแก้ปัญหาในพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม ดังนั้นหน่วยงานหรือผู้รับผิดชอบที่เกี่ยวข้องจึงจะต้องศึกษาสภาพแวดล้อมของปัญหาให้ได้ จากนั้นกำหนดประเด็นที่ต้องการจะแก้ไข พร้อมกับแนวทางการแก้ไขที่ชัดเจน ซึ่งจะช่วยให้โครงการที่พัฒนาขึ้นมานั้นสามารถตอบสนองความต้องการ หรือแก้ไขปัญหาในพื้นที่ได้อย่างตรงจุด มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลอย่างเหมาะสม

ทั้งนี้ เมื่อมีการวางแนวทางของโครงการได้อย่างเหมาะสมแล้ว จึงเริ่มดำเนินการพัฒนาและเขียนโครงการในลำดับถัดมา โดยโครงการที่ดีควรจะต้องมีองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1. สามารถตอบสนองความต้องการ หรือแก้ปัญหาของหน่วยงานได้
2. มีวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ชัดเจน สามารถดำเนินงาน และปฏิบัติได้
3. รายละเอียดของโครงการ ต้องสอดคล้อง และสัมพันธ์กัน ตั้งแต่ประเด็นแรก ถึงประเด็นสุดท้าย (วัตถุประสงค์ ของโครงการต้องสอดคล้องกับหลักการ และเหตุผล วิธีการดำเนินงานต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เป็นต้น)
4. รายละเอียดโครงการ สามารถเข้าใจได้ง่าย มีการใช้ภาษาที่เข้าใจกันทั่วไป สะดวกต่อการดำเนินงานตามโครงการ
5. สามารถนำไปปฏิบัติได้ โดยจะต้องสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน และสามารถติดตามประเมินผลได้
6. โครงการต้องกำหนดขึ้น จากข้อมูลที่เป็นจริง และเป็นข้อมูลที่ได้รับการวิเคราะห์อย่างรอบคอบ
7. โครงการต้องได้รับการสนับสนุนในด้านทรัพยากร และการบริหารอย่างเหมาะสม
8. โครงการต้องมีระยะเวลาในการดำเนินงาน ต้องระบุถึงวัน เวลาที่เริ่มต้น และสิ้นสุดโครงการ

นอกจากนี้ ยังสามารถใช้กรอบแนวคิด SMART ในการพัฒนาและเขียนโครงการที่เหมาะสมได้ โดยมีรายละเอียด

- **Sensible and Specific** คือ ต้องมีความเป็นไปได้และมีความเฉพาะเจาะจงในการดำเนินการโครงการ
- **Measurable** คือ ต้องสามารถวัดและประเมินผลระดับของความสำเร็จได้
- **Attainable** คือ ต้องระบุถึงการกระทำที่สามารถปฏิบัติได้มิใช่สิ่งเพ้อฝัน
- **Reasonable and Realistic** คือ ต้องระบุให้มีความเป็นเหตุเป็นผลและสอดคล้องกับความเป็นจริง
- **Time** คือ ต้องมีการกำหนดขอบเขตของเวลาที่จะกระทำให้สำเร็จได้อย่างชัดเจน

หัวข้อการเขียนโครงการ

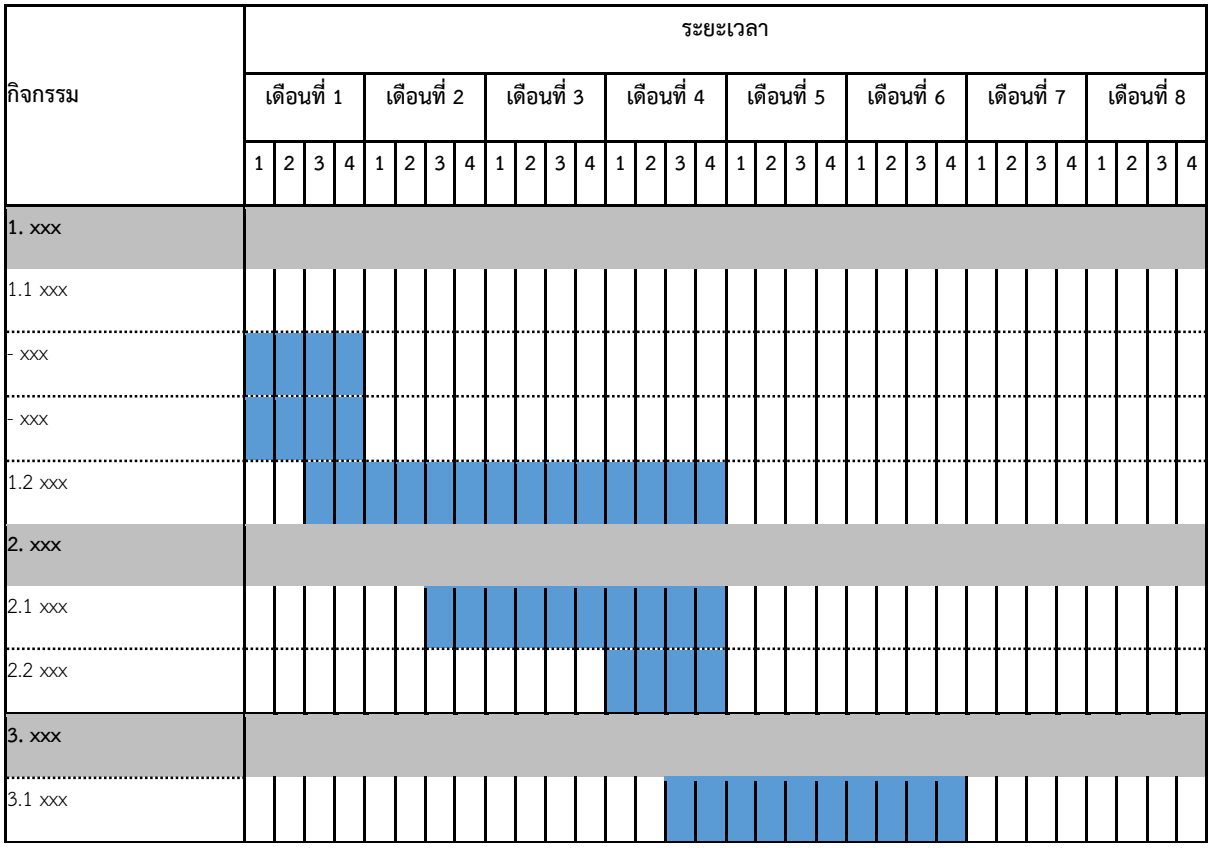
ในการพัฒนาและเขียนโครงการ ได้มีการกำหนดหัวข้อและแบบฟอร์มในการเขียนโครงการขึ้นมา เพื่อ ให้หน่วยงาน หรือผู้รับผิดชอบใช้เป็นมาตรฐานในการนำเสนอรายละเอียดและแนวคิดของโครงการที่ต้องการพัฒนาขึ้นมา ซึ่งประกอบไปด้วยหัวข้อสำคัญ ดังนี้

1. **ชื่อโครงการ:** ต้องมีความชัดเจน เหมาะสม เฉพาะเจาะจง กะทัดรัด และสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน โดยชื่อโครงการจะบอกให้ทราบว่าจะทำสิ่งใดบ้าง โครงการที่จัดทำขึ้นนั้นเพื่ออะไร โดยทั่วไปจะต้องแสดงลักษณะงานที่ต้องปฏิบัติ ลักษณะเฉพาะของโครงการ และจุดมุ่งหมายของโครงการ
2. **ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ (ประเทศ / หน่วยงาน):** ระบุความเชื่อมโยงของโครงการ กับประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เห็นว่าโครงการที่ทำอยู่ภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของโครงการ ว่าสามารถสนับสนุน และสอดคล้องกับนโยบายและประเด็นยุทธศาสตร์นั้นได้มากน้อยเพียงใด
3. **หลักการและเหตุผล:** ระบุถึงปัญหา และความจำเป็นในการจัดทำและดำเนินโครงการ ซึ่งอาจประกอบด้วยประเด็นย่อย ดังนี้
   - ที่มา: จุดริเริ่มของโครงการ เช่น นโยบาย แผนงาน ความต้องการของประชาชน ระบุเหตุผลและข้อมูลที่เกี่ยวข้องสนับสนุนการจัดทำโครงการ เป็นต้น
   - สภาพปัญหา: ระบุสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน หรือแนวโน้มในอนาคต
   - ความเร่งด่วน: ความเร่งด่วนของการดำเนินการ หากไม่ได้รับการแก้ไข จะส่งผลกระทบอย่างไร
4. **วัตถุประสงค์:** ระบุเจตจำนงในการดำเนินโครงการ โดยจะต้องแสดงให้เห็นผลที่ต้องการบรรลุอย่างเป็นรูปธรรม วัตถุประสงค์จะเป็นตัวกำกับกิจกรรม และแนวทางการดำเนินงานของโครงการ
   อย่างไรก็ดี การเขียนวัตถุประสงค์ที่ดี ยังต้องพิจารณา:
   - ใช้คำกริยาที่แสดงถึงความตั้งใจจริง เช่น เพื่อเพิ่ม... เพื่อลด... เพื่อส่งเสริม... เพื่อปรับปรุง... เพื่อขยาย... เพื่อรณรงค์... เพื่อเผยแพร่... เป็นต้น

- ระบุผลผลิต (Output) หรือระบุผลลัพธ์ (Outcome) ที่ต้องการให้เกิดขึ้นเพียงประการเดียว ในวัตถุประสงค์หนึ่งข้อ ถ้าเขียนวัตถุประสงค์ไว้หลายข้อ ข้อใดทำไม่สำเร็จ เราสามารถประเมินผลได้ ซึ่งอาจกำหนดเป็นวัตถุประสงค์หลัก 1 ข้อ และวัตถุประสงค์รอง 1-2 ข้อ โดยมีเงื่อนไขว่า
    - ถ้าบรรลุวัตถุประสงค์หลัก ไม่บรรลุวัตถุประสงค์รอง ควรทำต่อไป
    - ถ้าบรรลุวัตถุประสงค์รอง ไม่บรรลุวัตถุประสงค์หลัก อาจยุติโครงการ

5. **ประโยชน์ที่ได้รับ:** ผลที่คาดว่าจะได้จากการดำเนินงาน <u>ไม่ใช่</u>คัดลอกวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายมาใส่
6. **กลุ่มเป้าหมาย:** ผู้รับบริการที่จะทำให้โครงการบรรลุผล หรือผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ทางตรงจากโครงการ (กลุ่ม จำนวน)
7. **สถานที่ดำเนินการ:** ระบุสถานที่ หรือที่ตั้งในการดำเนินโครงการ
8. **วิธีการดำเนินการ :**การระบุขั้นตอนการดำเนินการตามลำดับก่อนหลัง เพื่อใช้ปฏิบัติให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยแยกเป็นกิจกรรมย่อยหลายกิจกรรม ซึ่งจะแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ ว่ามีกิจกรรมใดที่ต้องทำบ้าง
    - กรณีโครงการมีความซับซ้อน อาจต้องมีการเขียนอธิบายวิธีการดำเนินงานอย่างละเอียด ก่อนที่จะมีการระบุขั้นตอนด้วย Gantt chart เนื่องจากการเขียนใน Gantt Chart อาจสั้นเกินไป ไม่สามารถระบุเนื้อหาทั้งหมดได้
    - เป็นการให้รายละเอียดขั้นตอนการปฏิบัติ แยกเป็นกิจกรรมย่อยเหมือน Gantt chart แต่อธิบายลงลึกเพื่อให้เข้าใจกิจกรรมย่อยๆ นั้นชัดเจนมากขึ้น
9. **ขั้นตอนและระยะเวลาในการดำเนินโครงการ (แผนปฏิบัติงาน):** แสดงขั้นตอนของกิจกรรมในการดำเนินโครงการอย่างละเอียด ตั้งแต่เริ่ม จนสิ้นสุดโครงการ โดยระบุระยะเวลาในการดำเนินการในแต่ละขั้นตอนอย่างละเอียด
    - ระยะเวลาของโครงการ: ระบุระยะเวลาในการดำเนินงานทั้งหมดของโครงการ (ตั้งแต่เริ่ม จนถึงสิ้นสุด)
    - ขั้นตอนในการดำเนินโครงการ: ขั้นตอน / กิจกรรม และระยะเวลาในแต่ละส่วน

แผนภาพที่ 2-32: ตัวอย่างกรอบการจัดทำตารางขั้นตอนและระยะเวลา (Gantt Chart)



10. **ผลผลิต / ผลลัพธ์การดำเนินโครงการ**
    - ผลผลิต (Output): กิจกรรม หรือผลที่ได้จากการดำเนินกิจกรรมในโครงการ เช่น จำนวนครั้งของการสัมมนา หรือกิจกรรม
    - ผลลัพธ์ (Outcome): ผลหรือประโยชน์ที่ได้รับจากผลผลิตของโครงการ หรือจากภาพรวมของการดำเนินโครงการทั้งหมด เช่น ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ สังคม เป็นต้น
11. **ตัวชี้วัดของโครงการ:** การกำหนดแนวทางการวัดผลสำเร็จของโครงการ โดยในการกำหนดตัวชี้วัดอาจใช้กรอบแนวคิด VARS มาเป็นตัวกำหนดได้ ซึ่งประกอบไปด้วย ความสมเหตุสมผล(ที่อธิบายได้): Validity ความมีอยู่ของข้อมูล: Availability of Data ความเชื่อถือได้ของข้อมูล: Reliability of Data ความเคลื่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลง: Sensitivity
12. **งบประมาณ:**
    - วงเงินงบประมาณ: งบประมาณในภาพรวมของโครงการ
    - แผนการใช้จ่ายงบประมาณ: ระบุหมวดค่าใช้จ่าย (ค่าบุคลากร ค่ากิจกรรม ค่าบริหารจัดการ ค่าลงทุน เป็นต้น) และประมาณการร่ายจ่ายในแต่ละช่วงเวลาของโครงการ
    - ทรัพยากรอื่นๆที่จำเป็น: ระบุทรัพยากรอื่นๆ นอกเหนือจากงบประมาณ ต่อการดำเนินการโครงการ

ทั้งนี้ ในการกำหนดและใช้จ่ายงบประมาณของโครงการ จะต้องอ้างอิงตามหลักการต่อไปนี้

- <u>ความประหยัด (Economy)</u> การเสนองบประมาณโครงการจะต้องเป็นไปโดยมีความประหยัด ใช้ทรัพยากรทุกอย่างให้คุ้มค่าที่สุด และได้คุณภาพของผลงานดีที่สุด
- <u>ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency)</u> โครงการทุกโครงการจะต้องมีคุณค่าเป็นที่ยอมรับ และทุกคนมีความพึงพอใจในผลงานที่เกิดขึ้น โดยใช้ทรัพยากรน้อยที่สุด ประหยัดที่สุด และได้รับผลตอบแทนคุ้มค่า
- <u>ความมีประสิทธิผล (Effectiveness)</u> โครงการทุกโครงการจะต้องดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ นำผลที่เกิดขึ้นเทียบกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หากได้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ก็ถือว่ามีประสิทธิผล
- <u>ความยุติธรรม (Equity)</u> การจัดสรรทรัพยากรทุกชนิด หรือการใช้จ่ายทรัพยากร จะต้องเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้เพื่อให้ทุกฝ่ายปฏิบัติงานได้อย่างต่อเนื่อง คล่องตัว และมีประสิทธิภาพสูงสุด

13. **ผู้รับผิดชอบโครงการ:** หน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการ ในการจัดทำโครงการนั้นๆ โดยตรง เพื่อสะดวกต่อการติดตามและประเมินผลโครงการ
14. **ผู้ที่เกี่ยวข้องที่อาจได้รับผลกระทบ:** ระบุบุคคล หรือกลุ่มบุคคล ที่ได้รับผลกระทบต่อการดำเนินโครงการ ทั้งในด้านบวก และด้านลบ พร้อมแนวทางการบริหารจัดการผู้ที่เกี่ยวข้องดังกล่าว
15. **โครงการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง:** ระบุความเชื่อมโยงของโครงการที่ดำเนินการ กับโครงการอื่นๆ ที่มีอยู่ ทั้งภายใน หรือภายนอกหน่วยงาน
16. **อื่นๆ:**
    - ความพร้อมในการดำเนินงาน: การประเมินความพร้อมของพื้นที่ บุคลากร หรือเครื่องมือในการดำเนินโครงการ หากไม่พร้อม อาจจะต้องมีการกำหนดแผนงาน หรือแนวทางในการจัดการเพิ่มเติม
    - วิธีการบริหารจัดการหลังแล้วเสร็จ: การกำหนดแนวทางในการดำเนินงาน เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับโครงการ หรือการติดตามผลของโครงการเมื่อดำเนินการแล้วเสร็จ
    - ปัญหา อุปสรรค หรือข้อจำกัดที่อาจเกิดขึ้น: การคาดการณ์ถึงปัญหา อุปสรรค หรือข้อจำกัดอื่นๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในการดำเนินโครงการ เพื่อที่จะหาแนวทางในการจัดการกับปัญหาเหล่านั้น

แบบสรุปโครงการแบบย่อ

ชื่อโครงการ	ชื่อโครงการอะไร (ควรสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ แนวคิด และกิจกรรมที่ดำเนินการ)
ความสำคัญของโครงการ / หลักการและเหตุผล	อะไรคือที่มาที่ไป หลักการและเหตุผลของโครงการ
วัตถุประสงค์ของโครงการ	อะไรคือวัตถุประสงค์ของโครงการ
แนวคิดภาพรวมของโครงการ	แนวคิดของโครงการคืออะไร
กิจกรรมสำคัญ แผน/ โครงการ/ ดำเนินงาน	อะไรคือกิจกรรมที่สำคัญของโครงการ และระยะเวลาที่ต้องใช้ (นำเสนอรูปแบบของ Gantt chart)
ผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ	ผลผลิต และผลลัพธ์ของโครงการนี้คืออะไร
ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ	ตัวชี้วัดที่จะบ่งบอกว่าโครงการนี้บรรลุผลผลิต และผลลัพธ์คืออะไร
ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์และความพร้อมของโครงการ	โครงการนี้มีความเชื่อมโยงและสัมพันธ์กับยุทธศาสตร์เป้าประสงค์ใด (ทั้งในระดับกระทรวง กรม กลุ่มจังหวัด และจังหวัด)
ผู้รับผิดชอบ	ใครคือผู้จัดการโครงการ (project manager) และใครที่เกี่ยวข้อง
ทรัพยากรที่ต้องใช้	นอกเหนือจากงบประมาณแล้ว โครงการนี้ต้องใช้ทรัพยากรใดเพิ่มเติมอีกบ้าง
งบประมาณ	งบประมาณของโครงการนี้ เท่ากับเท่าไร

ตัวอย่างการการเขียนโครงการ

โครงการพัฒนาข้าวหอมมะลิอินทรีย์สู่ตลาดโลก

แผนการบริหารราชการแผ่นดิน: ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้
แผนปฏิบัติราชการ 4 ปี: ยุทธศาสตร์การพัฒนาข้าวหอมมะลิส่งออกสู่ตลาดโลก
ตัวชี้วัด: ร้อยละ หรือ รายได้สุทธิของการส่งออกข้าวหอมมะลิอินทรีย์เพิ่มขึ้น
เป้าหมาย: 50%

ความสำคัญ หลักการ และเหตุผล

ปัจจุบันแนวโน้มความต้องการของตลาดโลก มุ่งเน้นการผลิตอาหารหรือผลิตภัณฑ์ทางอาหาร ที่มีสุขลักษณะที่ดีต่อคุณภาพชีวิตเป็นสำคัญ ในความต้องการดังกล่าวการพัฒนาการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ให้เป็นสินค้าสำคัญของไทย นับเป็นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น (Value Chain) และมีคุณลักษณะตรงตาม Food Safety และความต้องการของตลาดผู้บริโภคระดับสากล และเนื่องจากได้มีโครงการนำร่องของการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ที่จังหวัดเชียงรายและจังหวัดพะเยา โดยอาศัยความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนกับหน่วยงานวิชาการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และสามารถพัฒนาข้าวหอมมะลิอินทรีย์จำหน่ายใน

ต่างประเทศ จึงเห็นควรตั้งศูนย์ประสานงานเครือข่าย เพื่อส่งเสริมให้มีการเพาะปลูกกันอย่างกว้างขวางขึ้นในภาคเหนือตอนบน เป็นการช่วยลดมลภาวะ สร้างความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและสนองความต้องการของตลาดโลก

วัตถุประสงค์โครงการ

3.1 เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจและความสามารถผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ส่งออกได้ในระดับมาตรฐานสากล

3.2 เพื่อสร้างเครือข่ายการเป็นศูนย์กลางในภาคเหนือตอนบน เพื่อการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์สู่ตลาดโลก

3.3 เพื่อสร้างองค์กรประสานงานระหว่างผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์และผู้ให้การรับรองมาตรฐานสากล

ขอบเขตและกระบวนการที่สำคัญ

	ขอบเขตโครงการ
กลุ่มผู้รับบริการเป้าหมาย	เกษตรกรปลูกข้าวอย่างน้อย 300 ราย
พื้นที่ทางภูมิศาสตร์เป้าหมาย	ทุกจังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน

ขั้นตอนและกระบวนการในการดำเนินงาน

กิจกรรม	**เดือนที่ 1**				**เดือนที่ 2**				**เดือนที่ 3**				**เดือนที่ ...**			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1 การพัฒนาโครงการ																
2 การขออนุมัติโครงการต่อคณะกรรมการกลุ่มจังหวัด																
3 การก่อตั้งศูนย์ประสานงานฯ																
4 การประชาสัมพันธ์และรับเกษตรกรเข้าร่วมโครงการ																
5 การถ่ายทอดความรู้ให้กับกลุ่มเกษตรกรเข้าร่วมโครงการ																
6 เกษตรกรปลูกข้าวโดยมีทีมวิชาการให้คำปรึกษาเป็นระยะตามห่วงเวลาของฤดูปลูกข้าว																
7 การประสานงานกับองค์กรต่างประเทศเพื่อขอรับรองมาตรฐาน																
8 การประเมินผลโครงการ																

ผลผลิต และผลลัพธ์ของโครงการระดับจังหวัด

ผลผลิตของโครงการระดับจังหวัด	ผลลัพธ์ของโครงการระดับจังหวัด
ก่อตั้งศูนย์ประสานงานฯ	มีจุดเชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
เกษตรกรมีความรู้ในการปลูกข้าวหอมมะลิชนิดพิเศษ	เกษตรกรมีความสามารถในการปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์
องค์กรต่างประเทศให้การรับรองมาตรฐานสากล	ข้าวหอมมะลิอินทรีย์สามารถส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศได้

ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ

ผลผลิตของโครงการระดับจังหวัด	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ระยะเวลา
ก่อตั้งศูนย์ประสานงานฯ	ความสำเร็จในการจัดตั้งศูนย์ฯ	1 ศูนย์	เดือน มิ .ย.48
เกษตรกรมีความรู้ในการปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์และเป็นเครือข่าย	จำนวนเกษตรกรที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้	ไม่น้อยกว่า 300 ราย	เดือน มิ .ย.48
องค์กรต่างประเทศให้การรับรองมาตรฐานสากล	องค์กรต่างประเทศให้การรับรองมาตรฐาน	เดือน พ– .ย. ธ .ค.48	
เกษตรกรมีความสามารถในการปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์	ปริมาณข้าวหอมมะลิชนิดพิเศษที่ปลูกได้	3,600 ตัน	เดือน พ .ย.48
ข้าวหอมมะลิชนิดพิเศษสามารถส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศได้	ปริมาณข้าวหอมมะลิชนิดพิเศษที่สามารถส่งออกได้ รายได้ของเกษตรกรที่เพิ่มขึ้น	3,600 ตัน 36,000 บาทต่อไร่ ต่อปี	เดือน ก .พ.49

ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ และความพร้อมของโครงการ

สัมพันธ์หรือเชื่อมโยงต่อ	เหตุผลและรายละเอียด
โครงการหลัก ที่ส่งผลต่อการบรรลุค่าเป้าหมาย ภายใต้ตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์ระดับกลุ่มจังหวัด	<u>ตัวชี้วัด</u> ได้ศูนย์ประสานงานฯ ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ <u>ค่าเป้าหมาย</u> 1 แห่ง <u>เป้าประสงค์</u> เป็นศูนย์ประสานทางวิชาการและการส่งออก <u>ประเด็นยุทธศาสตร์</u> ปรับตัวเพื่อเพิ่มมูลค่าฐานเศรษฐกิจเดิม โดยการปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตทางด้านการเกษตรให้มีคุณภาพที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและของตลาดโลก
โครงการสนับสนุน ที่ส่งผลต่อการบรรลุค่าเป้าหมาย ภายใต้ตัวชี้วัด ของแผนบริหารราชการแผ่นดิน	<u>ตัวชี้วัด</u> 1. มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม 2. มูลค่าการส่งออก

สัมพันธ์หรือเชื่อมโยงต่อ	เหตุผลและรายละเอียด
	ค่าเป้าหมาย 1. XXX 2. เกษตรกรมีรายได้ 180,000 /ราย/ปี เป้าประสงค์ เพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรและรายได้เกษตรกร ประเด็นยุทธศาสตร์ การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้ (03-10-043)

ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ และความพร้อมของโครงการ (ต่อ)

☑ ดำเนินการได้ทันที

☐ อยู่ในระหว่างเตรียมความพร้อม

1. ความพร้อมของพื้นที่ดำเนินการ
   ☑ มีแล้ว และได้รับอนุญาตให้ใช้ได้ตามกฎหมาย ☑ ต้องจัดหาใหม่
2. ความพร้อมของรูปแบบรายการ
   ☑ มีและสมบูรณ์ ☐ มี แต่ยังไม่สมบูรณ์ ☐ ไม่มี
3. ความพร้อมของการศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม
   ☑ ไม่กระทบ ☐ ผ่านคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมฯ แล้ว ☐ ยังไม่ผ่าน
4. ความพร้อมของบุคลากร เครื่องมือ และเทคนิค
   ☑ สูง ☐ ปานกลาง ☐ ต่ำ
5. การศึกษาโครงการเบื้องต้น
   ☐ ไม่ต้องมี เพราะ
   ☑ มีแล้ว
   ☐ ยังไม่มี เพราะ

ผู้รับผิดชอบโครงการ

ตำแหน่งในโครงการ	ชื่อบุคคล	บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ
ที่ปรึกษาโครงการ	ผู้ว่าราชการจังหวัดหัวหน้ากลุ่มจังหวัด	อนุมัติ ให้การสนับสนุนโครงการ รวมทั้งเป็นที่ปรึกษาของโครงการ
หัวหน้าโครงการ	ผศ.ดร. วิชชา สะอาดสุด มหาวิยาลัยเชียงใหม่	ผู้ที่รับผิดชอบในการผลักดันให้โครงการประสบความสำเร็จ และดูแลบริหารโครงการโดยรวม พร้อมทั้งทำหน้าที่พัฒนาความรู้ ถ่ายทอดวิชาการ และ ติดต่อองค์กรต่างประเทศ

ตำแหน่งในโครงการ	ชื่อบุคคล	บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ
เจ้าหน้าที่โครงการ	อาจารย์ ก.....	ติดต่อองค์การต่างประเทศเพื่อขอการ-รับรองมาตรฐาน พร้อมทั้งพัฒนาองค์ความรู้
	-นักวิชาการจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ -นักวิชาการจากกรมวิชาการเกษตรในพื้นที่ -เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรในพื้นที่	วิทยากรถ่ายทอดความรู้ให้กับเกษตรกร-
	-ผศ.ดร. วิชชา สะอาดสุด ร่วมกับ รองผวจ. และนายอำเภอในพื้นที่ -จนท.ของสำนักงานเกษตรจังหวัดและอำเภอ -ประธานเครือข่ายและกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่	-ประสานงานโครงการ

ทรัพยากรที่ต้องใช้

ทรัพยากรที่ต้องใช้	แหล่งที่มาของทรัพยากร
งบประมาณ 2.6 ล้านบาท	งบบูรณาการ
บุคลากรทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	จัดจ้างจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
บุคลากรร่วมสนับสนุนของหน่วยงานในจังหวัดเป้าหมาย	สำนักงาน/หน่วยงานในกลุ่มจังหวัดที่เกี่ยวข้อง
ผู้เชี่ยวชาญจากองค์กรรับรองมาตรฐาน	หน่วยงาน/องค์กรรับรองมาตรฐานจากต่างประเทศ

งบประมาณและประมาณการณ์กระแสเงินสด

- โครงการนี้ใช้งบประมาณทั้งหมด 2.6 ล้านบาท

ประเด็นยุทธศาสตร์แผนงบประมาณ แผนการใช้จ่ายงบประมาณ/จังหวัด	รวมทั้งสิน		ไตรมาส 1 (ต.ค. – ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค. – มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย. – มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค. – ก.ย.)	
	แผน	ผล	แผน	ผล	แผน	ผล	แผน	ผล	แผน	ผล
ประเด็นยุทธศาสตร์.....										
1. แผนการปฏิบัติงาน										
1.1 ตัวชี้วัด.....										
1.2 ตัวชี้วัด.....										
2. แผนการใช้จ่ายงบประมาณ										
2.1 เงินงบประมาณ										
2.2 เงินนอกงบประมาณ										

ผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

บทบาท	รายละเอียด	หน่วยงาน กลุ่มบุคคล บุคคล
ประเมิน อนุมัติ	ประเมิน และอนุมัติโครงการ ทั้งในระยะต้น และเมื่อโครงการสิ้นสุด	-คณะกรรมการกลุ่มจังหวัด -ผู้ตรวจประเมินจากส่วนกลาง
ผู้ให้	ผู้ให้ความรู้แก่เกษตรกร	-นักวิชาการจากสถาบันการศึกษา -บริษัทเอกชน -สนง.เกษตรจังหวัด, นักวิชาการจากกรมวิชาการเกษตรในพื้นที่
	ผู้ให้การรับรองมาตรฐาน	-องค์กรจากต่างประเทศ
ผู้ที่ได้รับผล	ผู้เข้าร่วมโครงการ	-กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว
	ขายสินค้าได้น้อยลง	-พ่อค้าปุ๋ยและสารเคมี
	ผู้จำหน่ายผลิตผลจากโครงการ	-บริษัทเอกชน -ตลาดในต่างประเทศ

ประโยชน์ที่จะได้รับ

กลุ่มเกษตรกรควรจะมีรายได้เพิ่มขึ้น 5,000 บาท ต่อไร่ต่อปี โดยเริ่มเห็นผลในปีที่สอง และต่อเนื่องไปทุกๆ ปี โดยมีการลงทุนต่อไร่แรกเริ่ม = 2,000 บาท

ผู้ที่เกี่ยวข้อง	บวกสูง (+3)	บวกกลาง (+2)	บวกต่ำ (+1)	ลบต่ำ (-1)	ลบกลาง (-2)	ลบสูง (-3)	รวม
กลุ่มเกษตรกร	มีรายได้เพิ่ม			ต้องปรับเปลี่ยนวิธีการปลูกข้าว			+2
เอกชนผู้ส่งออก	มีสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่ม						+3
พ่อค้าปุ๋ย สารเคมี						ขายได้น้อยลง	-2
รวม							+3

โครงการอื่นที่เกี่ยวข้อง

ชื่อโครงการอื่นที่สัมพันธ์	โครงการอื่นเป็นโครงการที่ต้องทำร่วมกัน	โครงการอื่นเป็นโครงการที่ต้องทำร่วมกัน	โครงการอื่นเป็นโครงการปลายน้ำ	รายละเอียด ลักษณะความสัมพันธ์
โครงการผลิตปุ๋ยอินทรีย์	X			เป็นการสร้างปัจจัยการผลิตเพื่อสนับสนุนโครงการข้าวหอมมะลิอินทรีย์เพื่อการส่งออก
โครงการจัดการระบบน้ำเพื่อการเกษตร	X			เป็นการสร้างปัจจัยการผลิตเพื่อสนับสนุนโครงการข้าวหอมมะลิอินทรีย์เพื่อการส่งออก
โครงการอบรมเกษตรกรด้านเกษตรอินทรีย์		X		เตรียมความพร้อมให้กับเกษตรกร
โครงการพัฒนาการตลาดเพื่อการส่งออก			X	เพื่อให้เกษตรกรผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการของตลาด

ความเสี่ยงที่สำคัญ วิเคราะห์จากกรอบที่กำหนด

ประเด็นที่ต้องพิจารณา	ความเสี่ยงที่อาจจะเกิด	คำอธิบาย
ด้านชุมชนและสิ่งแวดล้อม	-ภัยธรรมชาติ -แมลงศัตรูพืช	-เกิดภัยธรรมชาติที่จะส่งผลต่อการปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์ -เกิดการระบาดของแมลงศัตรูพืช
ด้านการดำเนินงาน	-ประสิทธิภาพของศูนย์ประสานงาน -บุคลากรที่เกี่ยวข้องขาดความรู้ความเข้าใจ -การถ่ายทอดเทคโนโลยีที่มีความซับซ้อน	1.ความมีประสิทธิภาพของศูนย์ประสานงาน 2.ความเข้าใจและประสิทธิภาพของบุคลากร 3.เทคโนโลยีที่ถ่ายทอดให้เกษตรกรยากจะปฏิบัติ
ด้านนโยบาย กฎหมายของรัฐ	ข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ	ไม่ได้รับโควตาตามเป้าหมาย
ด้านผู้รับบริการ	-กลุ่มเกษตรกรไม่สนใจและให้ความร่วมมือ	-ไม่มีผู้สนใจในโครงงาน

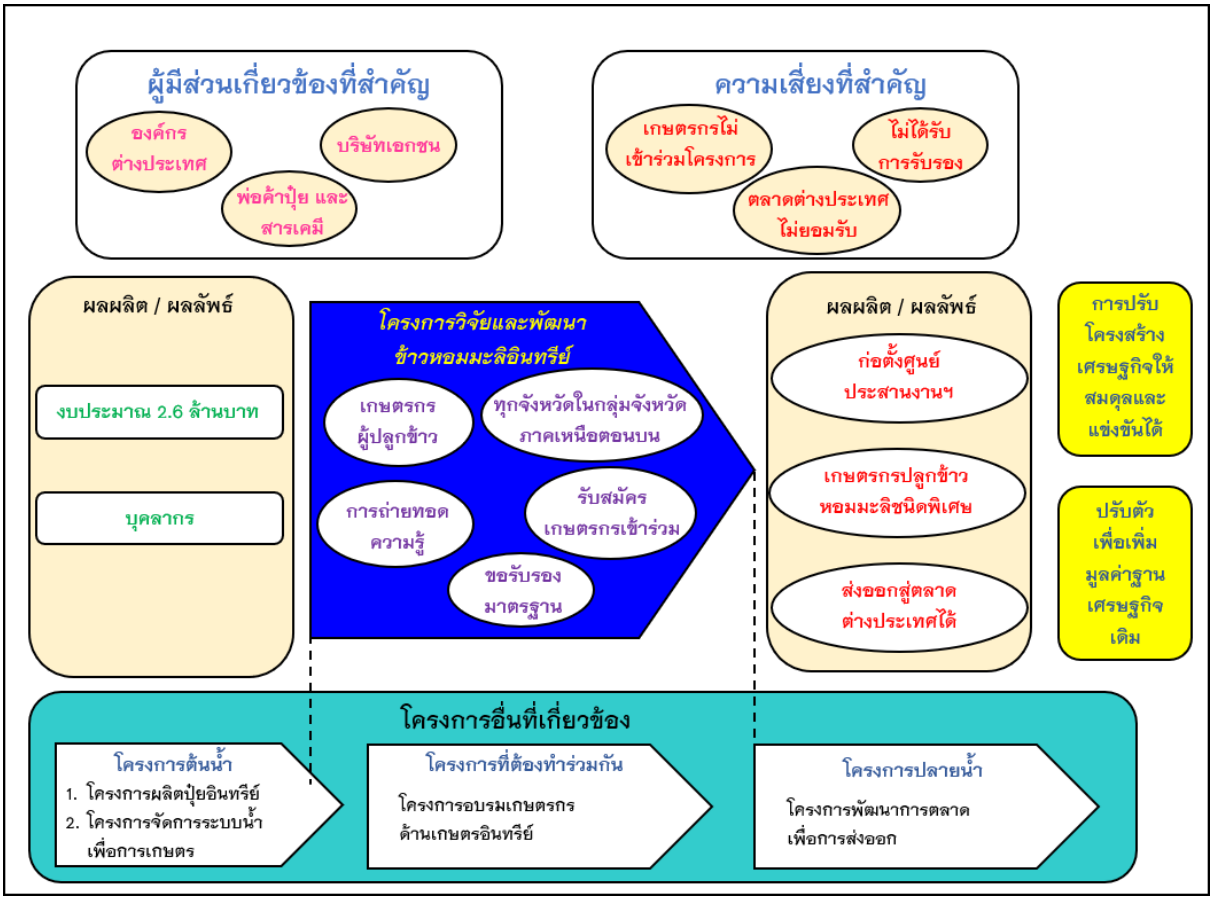
ประเด็นที่ต้องพิจารณา	ความเสี่ยงที่อาจจะเกิด	คำอธิบาย
ด้านเศรษฐกิจ	-ต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้น -ต้นทุนการขนส่งที่สูงขึ้น	-ทำให้ราคาผลผลิตสูงเกินกว่าราคาข้าวหอมมะลิปกติมากเกินไป -การปรับราคาน้ำมัน ทำให้ต้นทุนการขนส่งสูงขึ้น รายได้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

ประเด็นปัญหาจากผู้ที่เกี่ยวข้อง

ผู้ที่เกี่ยวข้อง	ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของโครงการ	ได้รับผลกระทบจากโครงการ	ประเด็นปัญหาที่อาจจะมี	แนวทางในการแก้ไข
องค์กรต่างประเทศ	เป็นผู้ให้การรับรองมาตรฐาน		ไม่ให้การรับรองมาตรฐาน	ศึกษา ทำความเข้าใจกับเกณฑ์มาตรฐานให้ชัดเจน
พ่อค้าปุ๋ยและสารเคมี		ขายสินค้าได้น้อยลง	Lobby เพื่อให้โครงการไม่เกิด	ชี้แจงให้ผู้ใหญ่เห็นในความสำคัญและจำเป็นของโครงการ
บริษัทเอกชน	เป็นพ่อค้าคนกลางในการขายข้าวชนิดพิเศษไปต่างประเทศ		ไม่สนับสนุนการปลูกข้าวชนิดพิเศษเนื่องจากไม่ต้องการสร้างตลาดใหม่	ขอความร่วมมือและดึงเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการตั้งแต่ตอนเริ่มต้น

ความเสี่ยงที่สำคัญ

ความเป็นไปได้และความรุนแรงของความเสี่ยง					
	ความรุนแรง				
		ต่ำ	กลาง	สูง	รุนแรงมาก
ความเป็นไปได้	ต่ำ	E	D ไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างประเทศ	C ภัยธรรมชาติและแมลงศัตรูพืชต้นทุนที่สูงขึ้น	A ตลาดต่างประเทศไม่ยอมรับ
	กลาง	D	C	B	A
	สูง	C	B	A	A การออกแบบบรรจุภัณฑ์และพื้นที่ ณ จุดขาย


ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่สำคัญ
องค์กรต่างประเทศ
บริษัทเอกชน
พ่อค้าปุ๋ย และสารเคมี
ความเสี่ยงที่สำคัญ
เกษตรกรไม่เข้าร่วมโครงการ
ไม่ได้รับการรับรอง
ตลาดต่างประเทศไม่ยอมรับ
ผลผลิต / ผลลัพธ์
งบประมาณ 2.6 ล้านบาท
บุคลากร
โครงการวิจัยและพัฒนาข้าวหอมมะลิอินทรีย์
เกษตรกรผู้ปลูกข้าว
ทุกจังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน
การถ่ายทอดความรู้
รับสมัครเกษตรกรเข้าร่วม
ขอรับรองมาตรฐาน
ผลผลิต / ผลลัพธ์
ก่อตั้งศูนย์ประสานงานฯ
เกษตรกรปลูกข้าวหอมมะลิชนิดพิเศษ
ส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศได้
การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้
ปรับตัวเพื่อเพิ่มมูลค่าฐานเศรษฐกิจเดิม
โครงการอื่นที่เกี่ยวข้อง
โครงการต้นน้ำ
1. โครงการผลิตปุ๋ยอินทรีย์
2. โครงการจัดการระบบน้ำเพื่อการเกษตร
โครงการที่ต้องทำร่วมกัน
โครงการอบรมเกษตรกรด้านเกษตรอินทรีย์
โครงการปลายน้ำ
โครงการพัฒนาการตลาดเพื่อการส่งออก

บทที่ 3

การวิเคราะห์ศักยภาพพื้นฐานของจังหวัดและทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ

3.1 กลุ่มที่ 7 (จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง และจังหวัดแม่ฮ่องสอน)

3.1.1 สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ และ ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของจังหวัด กลุ่มที่ 7

พื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 7 ประกอบด้วยจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง และจังหวัดแม่ฮ่องสอน มีพื้นที่ประมาณ 49,828 ตารางกิโลเมตร

สภาพภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นภูเขาสูง มีพื้นที่เพาะปลูกไม่มากนักเพราะพื้นที่ส่วนใหญ่จะอยู่ในเขตต้นน้ำลำธาร และเขตป่าสงวนแห่งชาติ พื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 7 มีศักยภาพในการผลิตพืชผลทางการเกษตรสูงเพราะมีสภาพภูมิอากาศอำนวยให้สามารถเพาะปลูกได้เป็นอย่างดี แต่มีพื้นที่ในการเพาะปลูกน้อย

อาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ทิศเหนือติดต่อกับจังหวัดเชียงราย พะเยา และ ประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า ทิศใต้ติดต่อกับจังหวัดตาก ทิศตะวันออกติดต่อกับจังหวัดเชียงราย แพร่ และ สุโขทัย ทิศตะวันตก ติดต่อกับประเทศเมียนมาร์

จังหวัดเชียงใหม่มีพื้นที่ประมาณ 20,107.057 ตารางกิโลเมตร มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 1 ของภาคเหนือ และเป็นอันดับ 2 ของประเทศ จำแนกเป็นพื้นที่ป่าไม้ ร้อยละ 69.92 (8,787,656 ไร่) พื้นที่ทางการเกษตรร้อยละ 12.82 (1,835,425 ไร่) พื้นที่อยู่อาศัยและอื่นๆ ร้อยละ 17.26 (2,167,971 ไร่)

จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นจังหวัดชายแดน มีพื้นที่ประมาณ 7,987,808.27 ไร่ เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 3 ของภาคเหนือ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นเนื้อที่ป่าไม้ ประมาณ 11,133.78 ตารางกิโลเมตร หรือ 6,958,612.23 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 87.12 ของพื้นที่จังหวัด มีพื้นที่เกษตรกรรม 406,000 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 5.08

จังหวัดลำปาง มีเนื้อที่ประมาณ 12,533.961 ตารางกิโลเมตร มีพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับ 5 ของภาคเหนือ

จังหวัดลำพูน มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 4,505.882 ตารางกิโลเมตร หรือคิดเป็นร้อยละ 4.85 ของพื้นที่ภาคเหนือตอนบน

พื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 7 ในปี พ.ศ. 2558 มีผลิตภัณฑ์มวลรวม 349,862 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา

พื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 7 นี้มีศักยภาพในเรื่องของการท่องเที่ยว การให้บริการที่สูง และในส่วนของภาคการเกษตรนั้น ยังคงมีสถานการณ์ทางด้านการพัฒนาผลผลิตสินค้าเกษตรเฉลี่ยเพิ่มขึ้นอยู่ด้วย

จากข้อมูลศักยภาพ และทิศทางการพัฒนาทั้งหมด จึงสามารถสรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่จะนำมาใช้ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในแต่ละจังหวัดได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.7-1: สรุปตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพรายจังหวัดที่จะใช้ในการฝึกอบรมของโครงการ

จังหวัด	ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1	ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2
เชียงใหม่	เกษตรปลอดภัย (พืชเมืองหนาว)	ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ (สปา/น้ำพุร้อน)
แม่ฮ่องสอน	ทรัพยากรธรรมชาติและการลดมลพิษทางสิ่งแวดล้อม (ไฟป่า หมอกควัน)	การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและผจญภัย และสุขภาพ (สปา/น้ำพุร้อน)
ลำปาง	เกษตรปลอดภัย (สัปปะรด)	การท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิถีชุมชนและสุขภาพ (สปา/น้ำพุร้อน)
ลำพูน	เกษตรปลอดภัย (ลำไย)	การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม

ในช่วงเวลา 20 ปีที่ผ่านมา เศรษฐกิจของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 7 เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.38 ต่อปี หรือหากคิดผลิตภัณฑ์มวลรวมแบบปริมาณลูกโซ่จะเติบโตร้อยละ 3 ต่อปี โดยจำนวนประชากรขยายตัวเล็กน้อยเฉลี่ยร้อยละ 0.42 ต่อปี ในขณะที่ผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัดต่อคนขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5.93 ต่อปี สาขาเศรษฐกิจหลักของกลุ่มจังหวัดคือภาคบริการมีสัดส่วนร้อยละ 58.7 รองลงมาคือเกษตรกรรมที่มีสัดส่วนร้อยละ 21.9 และภาคอุตสาหกรรม มีสัดส่วนร้อยละ 15.5 ทั้งนี้ ภาคเศรษฐกิจที่มีอัตราการขยายตัวสูง ได้แก่ โรงแรมและภัตตาคาร ภาคเกษตรกรรม และบริการสุขภาพและสังคม

สินค้าเกษตรหลักของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 7 คือ ข้าวนาปี (สูงสุดที่เชียงใหม่) ลำไยมีผลผลิตสูงสุดอันดับ 1 ของประเทศ (สูงสุดที่เชียงใหม่) ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ (สูงสุดที่เชียงใหม่) ข้าวนาปรัง (สูงสุดที่เชียงใหม่) มันสำปะหลัง (สูงสุดที่ลำปาง) ส้มเขียวหวานมีผลผลิตสูงสุดอันดับ 1 ของประเทศ (สูงสุดที่เชียงใหม่) กระเทียมมีผลผลิตสูงสุดอันดับ 1 ของประเทศ (สูงสุดที่เชียงใหม่) ถั่วเหลืองมีผลผลิตสูงสุดอันดับ 1 ของประเทศ (สูงสุดที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน) มันฝรั่งมีผลผลิตสูงสุดอันดับ 2 ของประเทศ (สูงสุดที่เชียงใหม่) ลิ้นจี่มีผลผลิตสูงสุดอันดับ 1 ของประเทศ (สูงสุดที่เชียงใหม่) หอมแดงมีผลผลิตสูงสุดอันดับ 2 ของประเทศ (สูงสุดที่เชียงใหม่) หอมหัวใหญ่มีผลผลิตสูงสุดอันดับ 1 ของประเทศ (มีเฉพาะที่เชียงใหม่) ทั้งนี้ กลุ่มจังหวัดมีสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดภายในกลุ่มจังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ (ผ้าตีนจกแม่แจ่ม ร่มบ่อสร้าง ศิลาดลเชียงใหม่) แม่ฮ่องสอน (ผ้าฝ้ายทอผสมขนแกะบ้านห้วยห้อม) ลำปาง (ข้าวแต๋นลำปาง ชามไก่ลำปาง) ลำพูน (ผ้าไหมยกดอกลำพูน) ภาคเหนือ 8 จังหวัด (ข้าวก่ำล้านนา)

ในด้านการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเยือนกลุ่มจังหวัดเป็นนักท่องเที่ยวไทย โดยในปี พ.ศ. 2557 มีจำนวน 8.30 ล้านคน - ครั้ง ส่วนใหญ่มาที่เชียงใหม่ 6.06 ล้านคน - ครั้ง สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมีจำนวน 2.90 ล้านคน - ครั้ง ส่วนใหญ่มาที่เชียงใหม่ 2.60 ล้านคน - ครั้ง นักท่องเที่ยวไทยมาเยือนกลุ่มจังหวัดสูงเป็นอันดับที่ 8 เมื่อเทียบกับ 18 กลุ่มจังหวัดทั่วประเทศ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยือนกลุ่มจังหวัดสูงเป็นอันดับ 5 เมื่อเทียบกับ 18 กลุ่มจังหวัดทั่วประเทศ กลุ่มจังหวัดมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ 84 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 150 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม 72 แห่ง และแหล่งท่องเที่ยวมนุษย์สร้างขึ้น 57 แห่ง ในการสำรวจ World Best Award-Top 10 Cities จากผู้อ่าน Travel and Leisure นิตยสารท่องเที่ยวของสหรัฐอเมริกา ในปี พ.ศ. 2553 ผลปรากฏว่า จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองน่าท่องเที่ยวอันดับ 2 ของโลก รองจากกรุงเทพฯ ใน พ.ศ. 2552 จังหวัดเชียงใหม่ถูกจัดเป็นเมืองน่าท่องเที่ยวอันดับ 5 ของโลก โดยพิจารณาจากสถานที่ ทัศนียภาพ ความสวยงามและร่มรื่น ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี อาหารการกิน แหล่งช็อปปิ้ง ความเป็นมิตรของผู้คน ความคุ้มค่า ของเงิน เป็นต้น

พื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 7 เป็น 1 ใน 5 กลุ่มท่องเที่ยว (คลัสเตอร์) นำร่อง ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวฉบับที่ 2 พ.ศ.2560-2564 ซึ่งคณะที่ปรึกษาได้นำมาวัดระดับภายใต้ประเด็นสำคัญ (Agenda Benchmarking) โดยจัดอยู่ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (ประกอบด้วยจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง และจังหวัดพะเยา) ซึ่งมีเป้าหมายหลักเพื่อมุ่งสู่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาล้านนาเชิงสร้างสรรค์เชื่อมโยงอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง เพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชื่อมโยงไทย ลาว เมียนมาร์ และจีน

สำหรับการวิเคราะห์ศักยภาพด้านเศรษฐกิจของพื้นที่ จะมุ่งเน้นการวิเคราะห์โครงสร้างทางเศรษฐกิจในภาพรวมของแต่พื้นที่ และจังหวัดในพื้นที่ เพื่อให้เห็นถึงจุดเน้นทางด้านโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สถานการณ์ปัจจุบัน และแนวโน้มจากข้อมูลที่ผ่านมา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- **สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 7 จำแนกตามสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญ**

ตารางที่ 3.7-2: สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 7 จำแนกตามสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญ (ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์มวลรวม พื้นที่ (ณ ราคาปัจจุบัน)	2556	2557	เปลี่ยนแปลง (2557/2556) ร้อยละ	2558	เปลี่ยนแปลง (2558/2557) ร้อยละ
เกษตร (สัดส่วน ร้อยละ)	59,381 (19.1)	65,733 (19.8)	10.70	63,576 (18.2)	-3.28
อุตสาหกรรม (สัดส่วน ร้อยละ)	64,263 (20.7)	70,268 (21.2)	9.34	70,808 (20.2)	0.77

ผลิตภัณฑ์มวลรวมพื้นที่ (ณ ราคาปัจจุบัน)	2556	2557	เปลี่ยนแปลง (2557/2556) ร้อยละ	2558	เปลี่ยนแปลง (2558/2557) ร้อยละ
บริการ (สัดส่วน ร้อยละ)	187,265 (60.2)	196,016 (59.0)	4.67	215,478 (61.6)	9.93
ผลิตภัณฑ์มวลรวมพื้นที่	310,909	329,861		349,862	

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

- **สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 7 จำแนกตามจังหวัดในกลุ่ม**

ตารางที่ 3.7-3: สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 7 จำแนกตามจังหวัดในกลุ่ม (ล้านบาท)

จังหวัดในกลุ่ม	2556	2557	เปลี่ยนแปลง (2557/2556) ร้อยละ	2558	เปลี่ยนแปลง (2558/2557) ร้อยละ
เชียงใหม่ (สัดส่วน ร้อยละ)	187,678 (60.4)	202,314 (60.9)	7.80	217,951 (62.3)	7.73
แม่ฮ่องสอน (สัดส่วน ร้อยละ)	10,361 (3.3)	10,477 (3.2)	1.12	11,448 (3.3)	9.27
ลำปาง (สัดส่วน ร้อยละ)	63,682 (20.5)	62,388 (18.8)	-2.03	62,214 (17.8)	-0.28
ลำพูน (สัดส่วน ร้อยละ)	49,188 (15.8)	56,837 (17.1)	15.55	58,249 16.6)	2.48
ผลิตภัณฑ์มวลรวมพื้นที่	310,909	332,016	6.79	349,862	5.38

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

3.1.2 การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ต่อพื้นที่กลุ่มที่ 7

การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่ ในส่วนนี้เป็นประมวลนโยบาย และแผนงานยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ เปรียบเสมือนการประเมินปัจจัยภายนอก (External Factors) พร้อมวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งในด้านบวกและลบ เพื่อมาวิเคราะห์ในส่วนของโอกาส และอุปสรรคต่อการดำเนินงานของพื้นที่ต่อไป โดยมีผลสรุปการวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ต่อพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 7 ดังนี้

ตารางที่ 3.7-4: สรุปผลการวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่

นโยบาย / แผนยุทธศาสตร์	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
<u>กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579)</u> ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	+ มีกรอบและเป้าหมายการพัฒนาในระยะยาวที่ชัดเจน ทำให้มีแนวทางที่ชัดเจนในการจัดทำแผนพัฒนาอื่นๆ ที่สอดคล้องกับนโยบายระดับชาติ + เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มจังหวัด ทั้งในด้านการผลิต บริการ การค้า การลงทุน และการพัฒนาเมืองและระบบโครงสร้างพื้นฐาน + สร้างการพัฒนาของเศรษฐกิจและสังคมที่มีความยั่งยืนรวม ถึงสร้างความเจริญแก่ทุกภาคส่วนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียม
<u>แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12</u> **ยุทธศาสตร์ 9 การพัฒนาภาค เมืองและพื้นที่เศรษฐกิจ** - เป้าหมายภาคเหนือ การพัฒนาฐานเศรษฐกิจให้เป็นฐานเศรษฐกิจมูลค่าสูง	+ สร้างห่วงโซ่คุณค่าของภาคการเกษตรเพื่อสร้างรายได้ให้แก่พื้นที่อย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงการต่อยอดสิ่งที่มีศักยภาพอยู่แล้วในแต่ละพื้นที่ + สร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลผลิตขั้นปฐมภูมิ จากการวิจัย การประยุกต์ใช้นวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม + มีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ เข้าด้วยกันเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวนานาชาติ รวมถึงเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อเป็นการกระจายรายได้และกระจายความเจริญ - ยังไม่มีการระบุแนวทางการบริหารจัดการผลกระทบด้านลบต่อสิ่งแวดล้อมที่จะตามมาจากการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยว เช่น การจัดการของเสีย
<u>ยุทธศาสตร์ด้านเกษตรกรรม</u> • **สินค้าเศรษฐกิจ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร)** – ข้าว กระบือ โค ยาสูบ พืชผัก ถั่วเหลือง • **ยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)**	+ สร้างกิจกรรมเศรษฐกิจทั้งห่วงโซ่มูลค่าของผลผลิตเกษตรเป้าหมาย รายได้และความผาสุกของเกษตรกรและสถาบันเกษตรเพิ่มขึ้น + มีประสิทธิภาพของผลผลิตจากการเกษตรกรรมเพิ่มขึ้น และมีมูลค่าภาคการเกษตรเพิ่มสูงขึ้น + ฟื้นฟูทรัพยากรเกษตร และใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน - การคาดการความต้องการของตลาดต่อสินค้าเกษตรไม่มีความแน่นอน การผลิตสินค้าเกษตรจึงไม่มีความแน่นอนด้วย ราคาสินค้าเกษตรจึงไม่มีความแน่นอน - ปัจจัยการผลิตของสินค้าเกษตรเป้าหมายมีราคาสูงขึ้น จากความต้องการปัจจัยการผลิตในพื้นที่สูงขึ้น

นโยบาย / แผนยุทธศาสตร์	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
<u>ยุทธศาสตร์ด้านอุตสาหกรรม</u> • **ศักยภาพอุตสาหกรรม (กระทรวงอุตสาหกรรม)** – เชิงสร้างสรรค์ (ของฝาก ของที่ระลึก เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย) พืช ผัก ผลไม้ แปรรูป (ลำไย กระเทียม ผัก ผลไม้ เมืองหนาว) • **ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)**	+ สร้างคลัสเตอร์อุตสาหกรรมที่มีนวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มสูง รวมทั้งเกิดการเชื่อมโยงเป็นห่วงโซ่มูลค่าทั้งในและต่างประเทศ + ยกระดับผลิตภาพ มาตรฐานและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมเป้าหมาย + พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และทรัพยากรมนุษย์ทั้งในแง่คุณภาพ และปริมาณ ตลอดจนองค์ความรู้ในอุตสาหกรรมเป้าหมาย - ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมลงจากผลกระทบของการประกอบอุตสาหกรรม
<u>ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว</u> ● **เป้าหมาย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)** - เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาล้านนาเชิงสร้างสรรค์เชื่อมโยงอนุภาคลุ่มน้ำโขง ● **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 2**	+ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับสินค้าและบริการ สินค้า OTOP รวมทั้งเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดในกลุ่มล้านนาและประเทศเพื่อนบ้าน + พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงบุคลากรเพื่อรองรับกิจกรรมท่องเที่ยว - ทรัพยากรธรรมชาติ สภาพแวดล้อม และมรดกทางวัฒนธรรมได้รับความเสียหายจากนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม - การมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาในพื้นที่ อาจทำให้เกิดการเลียนแบบวัฒนธรรมต่างชาติ ทำให้สูญเสียเอกลักษณ์และวัฒนธรรมความเป็นไทย - เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ขยะและน้ำเสีย
<u>ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาเมือง และโครงสร้างพื้นฐาน</u> • **เมืองเป้าหมาย เชียงใหม่** - เมืองศูนย์กลางการค้า การบริการ ธุรกิจสุขภาพ การศึกษาและธุรกิจด้านดิจิทัล • **ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง 2558 – 2565** - การพัฒนาโครงข่ายรถไฟระหว่างเมือง เช่น สายเด่นชัย-เชียงใหม่ การเพิ่มขีดความสามารถทางหลวงเชื่อมโยงฐานการผลิตของประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน	+ สร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาเมืองศูนย์กลางให้น่าอยู่ ทั้งระบบสาธารณูปโภค สิ่งแวดล้อม และการบริหารจัดการที่ดี + มีเป้าหมายในการพัฒนาเมืองหลักอย่างยั่งยืน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม + การเชื่อมโยงโครงข่ายคมนาคมขนส่ง ทำให้การขนส่งสินค้าและการเดินทางสะดวกยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ + กระจายความเจริญ สังคมเมือง และกิจกรรมทางเศรษฐกิจไปสู่เมืองเป้าหมายในการพัฒนา เพื่อยกระดับความกินดีอยู่ดีของประชาชนในพื้นที่ - ปัญหาการลักลอบเข้าเมืองของแรงงานต่างด้าวจากประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งมีความเสี่ยงทั้งในเชิงความมั่นคง สาธารณสุข ตลอดจนการแย่งงานคนในพื้นที่

นโยบาย / แผนยุทธศาสตร์	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
<u>ยุทธศาสตร์ด้านการค้า / เขตเศรษฐกิจพิเศษ / การค้าชายแดน</u> • **ตำแหน่งยุทธศาสตร์การค้า (กระทรวงพาณิชย์)** – ศูนย์กลางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเมืองนวัตกรรมเกษตรและอาหารภาคเหนือ	+ ต่อยอดให้เกิดการพัฒนาผลผลิตที่มีความหลากหลาย และมีการใช้นวัตกรรมเพื่อสร้างสินค้าอุตสาหกรรมที่โดดเด่นยิ่งขึ้น + เกิดความเชื่อมโยงทางการค้าในห่วงโซ่มูลค่าระหว่างภาคการผลิตและกระจายสินค้าทั้งในระดับประเทศและระหว่างประเทศ - เกิดการลักลอบนำเข้า และส่งออกสินค้าผิดกฎหมาย รวมถึงสินค้าหลบเลี่ยงภาษี ซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศ
<u>แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด</u> • **วิสัยทัศน์กลุ่มจังหวัด** ศูนย์กลางการท่องเที่ยว การค้า การลงทุนสู่สากล บนพื้นฐานความโดดเด่นวัฒนธรรมล้านนา สังคมน่าอยู่ สิ่งแวดล้อมยั่งยืน • **จุดเน้นยุทธศาสตร์ (Positioning)** 1. เมืองท่องเที่ยวสู่สากล (ท่องเที่ยวเชิงอารยธรรมและสร้างสรรค์) 2. Food Valley (เกษตรอินทรีย์ เกษตรปลอดภัย) 3. Green City (พื้นที่ป่าไม้ ลุ่มน้ำ เขตเมืองเก่า ย่านชุมชนอนุรักษ์) 4. Northern Landport (สนามบินนานาชาติ การค้าชายแดน โลจิสติกส์และนิคมอุตสาหกรรม) 5. Health and Wellness (ศูนย์กลางการแพทย์ ภูมิปัญญาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ)	+ กลุ่มจังหวัดมีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งภาคเกษตร ภาคการท่องเที่ยวและการค้าการลงทุน + สร้างมูลค่าเพิ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การผลิต แปรรูป การตลาด และการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ + เกิดการสร้างงานและสร้างรายได้

3.1.3 การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญจากข้อมูลตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนาของพื้นที่(Benchmarking)

หลังจากที่มีการวิเคราะห์ผลกระทบเชิงนโยบาย และยุทธศาสตร์สำคัญ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External Factors) ที่เข้ามากระทบแล้ว พื้นที่ยังจะต้องมีการวิเคราะห์ศักยภาพของปัจจัยภายใน (Internal Factors) ด้วย จึงได้มีการนำเครื่องมือที่มีชื่อว่า การวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด ของกระทรวงมหาดไทยเข้ามาใช้ และประเมินผลการดำเนินงานเชิงเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่นๆ ของประเทศผ่านตัวชี้วัดในด้านต่างๆ ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อประเมินถึงจุดแข็ง และจุดอ่อนในแต่ละด้าน

อย่างไรก็ตาม ด้วยขอบเขตของการศึกษาที่มุ่งเน้นในเรื่องของเศรษฐกิจเป็นสำคัญ จึงได้มีการคัดเลือกและหยิบยกเฉพาะตัวชี้วัดทางด้านเศรษฐกิจขึ้นมาวิเคราะห์ประเด็นสำคัญเป็นหลัก ซึ่งมีรายละเอียด ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.7-5: สรุปตัวชี้วัดที่สำคัญต่อพื้นที่กลุ่มที่ 7

ตัวชี้วัดที่สำคัญ	คะแนน	หน่วยวัด	อันดับ
อัตราพึ่งพิง*	48.72	ร้อยละ	9
คนอายุ 15 -60 ปีเต็ม มีอาชีพและมีรายได้	97.34	ร้อยละ	16
คนอายุมากกว่า ปีเต็มขึ้นไป มีอาชีพและมีรายได้ 60	91.19	ร้อยละ	18
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	9.80	ร้อยละ	14
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	4.12	ร้อยละ	4
ผลผลิตสินค้าเกษตรสำคัญต่อไร่	695	กก.ต่อไร่	15
อัตราการเพิ่มของผลผลิตสินค้าเกษตรเฉลี่ย	-2.52	ร้อยละ	16
อัตราส่วนฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์ม (GAP) ต่อจำนวนฟาร์มทั้งหมด	4.01	ร้อยละ	5
จำนวนโรงงาน สปก ผลิตสินค้าเกษตรและอาหารที่ได้รับการรับรอง / มาตรฐานGMP /HACCP	44	แห่ง	9
สัดส่วนรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตรต่อรายได้เงินสดสุทธิของครัวเรือนเกษตร	30.52	ร้อยละ	11
สัดส่วนหนี้เสียต่อปริมาณเงินให้กู้ยืม *(อยละ้ร)	6.29	ร้อยละ	16
สัดส่วนปริมาณเงินกู้ยืมต่อรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตร (ร้อยละ)*	155.76	ร้อยละ	10
สัดส่วนหนี้ในระบบต่อหนี้ทั้งหมด	99.59	ร้อยละ	1
อัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนเกษตรกรในพื้นที่	-3.53	ร้อยละ	15
สัดส่วนปริมาณพืชพลังงานต่อสินค้าเกษตรทั้งหมด	17.19	ร้อยละ	17
สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาอุตสาหกรรมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	18.83	ร้อยละ	10
อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด	3.65	ร้อยละ	6
อัตราเงินเฟ้อ *	-1.18	ร้อยละ	12
ผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย	57,080.60	บาท / คน / ปี	9
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	33.78	ร้อยละ	2
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดสาขาการขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคมต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์	13.07	ร้อยละ	2
ปริมาณการใช้น้ำมันดีเซล	572,744.49	พันลิตร	12
ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน	369,762.67	พันลิตร	7
ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าเฉลี่ยต่อราย*	4,337.63	กิโลวัตต์ / ชั่วโมง / ราย	9

ที่มา : ฐานข้อมูลระบบการวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดของกระทรวงมหาดไทย (MOI Benchmarking)

หมายเหตุ : *ตัวชี้วัดแบบผกผัน

จากข้อมูลตัวชี้วัดข้างต้น หากวิเคราะห์และพิจารณาตามแนวคิด Quartile โดยเป็นการนำตัวชี้วัดของกลุ่มพื้นที่ทั้ง 18 กลุ่มทั้งหมดมาเรียงลำดับ และจัดแบ่งเป็นกลุ่ม 4 กลุ่ม ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.7-6: การจัดตำแหน่งตามแนวคิด Quartile เพื่อระบุศักยภาพการพัฒนา

Quartile	ระดับศักยภาพ	ช่วงอันดับ
Quartile 1	ดีมาก	1 - 4
Quartile 2	ดี	5 - 8
Quartile 3	ปานกลาง	9 - 13
Quartile 4	ต้องปรับปรุง	14 - 18

- **สรุปประเด็นการวิเคราะห์ตัวชี้วัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด**

ในภาพรวมข้อมูลการวัดระดับการพัฒนาของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 7 ควรให้ความสำคัญรองรับการพัฒนาเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวให้เติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพ เน้นการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และให้ความสำคัญด้านการเกษตร โดยเพิ่มขีดความสามารถในการเพาะปลูก แก้ปัญหาปริมาณผลผลิตตกต่ำ ทั้งนี้ ในด้านสังคมยังคงต้องเร่งแก้ปัญหาเพื่อลดสัดส่วนคนจนในพื้นที่ และให้ความสำคัญด้านสาธารณสุข คงจำนวนบุคลากรทางการแพทย์ไม่ให้ลดลง พร้อมควรให้ความสำคัญกับด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เรื่องการบริหารจัดการน้ำให้มีประสิทธิภาพ เพิ่มคุณภาพน้ำให้ดีขึ้น ลดปริมาณขยะต่อเนื่อง เพิ่มสัดส่วนการนำขยะกลับมาใช้ใหม่ เพื่อให้คุณภาพชีวิตของประชาชนในกลุ่มจังหวัดก้าวหน้าควบคู่ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

จากตัวชี้วัดข้างต้น จึงสามารถสรุปประเด็นทางด้านศักยภาพในภาพรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 7 ซึ่งประกอบไปด้วยจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดลำปาง และจังหวัดลำพูน ได้ดังนี้

1) สถานการณ์ทางด้านแรงงานในกลุ่มจังหวัดอยู่ในระดับต้องปรับปรุง [คนอายุ 15 - 60 ปีเต็ม มีอาชีพและมีรายได้ (16)] โดยมีประชากรกลุ่มเด็กและผู้สูงอายุที่สูงกว่าประชากรในวัยทำงานมาก [คนอายุมากกว่า 60 ปีเต็มขึ้นไป มีอาชีพและมีรายได้ (18) อัตราพึ่งพิง (9)]
2) ในภาพรวมเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดมีอัตราการขยายตัวอยู่ในระดับดีถึงระดับดีมาก [อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด (6)] โดยมีตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจหลักเป็นภาคบริการ โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยว [สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (2) สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดสาขาการขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคมต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์ (2)]
3) ภาคการเกษตรของกลุ่มจังหวัด ถือว่าอยู่ในระดับต้องปรับปรุง [สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (14) สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (4)] ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการพัฒนาการเกษตรของกลุ่มยังต้องปรับปรุงอยู่ อย่างไรก็ตามยังคงมี

ปัญหาในเรื่องของการพัฒนาผลผลิต [ผลผลิตสินค้าเกษตรสำคัญต่อไร่ (15) อัตราการเพิ่มของผลผลิตสินค้าเกษตรเฉลี่ย (16)]

4) หากพิจารณาร่วมกับตัวชี้วัดทางด้านผลิตภาพแรงงาน อาจกล่าวได้ว่าแรงงานกลุ่มนี้ มีศักยภาพทางด้านงานบริการอยู่ในระดับปานกลาง [ผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย (9)]

3.1.4 การวิเคราะห์ SWOT ของพื้นที่กลุ่มที่ 7

จากการประมวลและวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย และยุทธศาสตร์ ซึ่งสะท้อนในมุมของปัจจัยภายนอก (External Factors) และการวิเคราะห์ประเด็นตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนา ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของปัจจัยภายใน (Internal Factors) นั้น จึงสามารถนำข้อมูลทั้งหมดมาทบทวนประเด็นศักยภาพ (SWOT) ของพื้นที่ในภาพรวม โดยอ้างอิงจากข้อมูลที่มีอยู่เดิม ได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)

S1 เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่มีพื้นฐานเอื้อต่อการพัฒนาเชื่อมโยงกลุ่มประเทศต่างๆ ได้แก่ GMS BIMSTECS และประเทศอาเซียน

S2 มีประวัติศาสตร์ ประเพณี ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมล้านนา และกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีอัตลักษณ์ทรงคุณค่า และเสน่ห์ที่โดดเด่น เอื้อต่อการพัฒนาและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ

S3 ฐานเศรษฐกิจมีการกระจายตัวในภาคการผลิตหลายสาขา อาทิ สาขาเกษตร อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม และบริการ โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว

S4 เป็นศูนย์กลางทางการศึกษาและแหล่งองค์ความรู้ที่มีศักยภาพเอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่

S5 ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์ เป็นแหล่งต้นน้ำสำคัญของภาคเหนือและของประเทศ เช่น ลุ่มน้ำปิง ลุ่มน้ำกก ลุ่มน้ำสาละวิน

S6 มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและมีชื่อเสียง ระดับประเทศและต่างประเทศ

S7 มีความหลากหลายทางชีวภาพซึ่งเป็นฐานการผลิต ที่สำคัญทั้งการเกษตรและอุตสาหกรรม

S8 มีภาคเกษตรและผลไม้ และภาคบริการที่เติบโต

จุดอ่อน (Weaknesses)

W1 การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมใน สาขาเกษตรและอุตสาหกรรมยังไม่มีประสิทธิผล

W2 การพัฒนาการเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่อุปทานในภาคเกษตร อุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวยังไม่มีประสิทธิภาพ

W3 ขาดการพัฒนาทักษะแรงงานทำให้ผลิตภาพแรงงานต่ำในสาขาเกษตร อุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว

W4 ขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆและรักษาแหล่งท่องเที่ยวเดิมให้เกิดความยั่งยืน และการบริหารจัดการท่องเที่ยวยังไม่มีประสิทธิภาพและคุณภาพ

W5 ขาดการพัฒนาและส่งเสริมระบบขนส่งสาธารณะที่มีประสิทธิภาพและเชื่อมโยงกัน

W6 ปัญหาด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจของพื้นที่ อาทิ หมอกควันและไฟป่า

W7 การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุทำให้สัดส่วนกำลังแรงงานใน อนาคตลดลงและส่งผลกระทบกับภาคการผลิต เช่น เกษตรกรรม

โอกาส (Opportunities)

O1 นโยบายรัฐบาลให้ความสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy) ตามยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งจากภายใน และนโยบายของรัฐบาลเน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้ก้าวพ้นกับดักประเทศรายได้ปานกลางโดยใช้ยุทธศาสตร์ “ประเทศไทย 4.0” ที่เน้นให้เศรษฐกิจของประเทศขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและมีการส่งเสริมอุตสาหกรรมเป้าหมาย 10 อุตสาหกรรม (New S Curve)

O2 การกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาลมีความชัดเจนและต่อเนื่องทำให้เกิดการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทย

O3 รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการของประเทศ โดยเฉพาะการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลผลิตด้านการเกษตร เพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง อาทิ การผลิตสินค้าเกษตรที่ปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์และการแปรรูปผลผลิตการเกษตรจากผลการศึกษาวิจัยและนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมการผลิตชั้นสูงเข้ามาใช้ในการเพิ่มมูลค่า

O4 แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและเชิงนิเวศที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและรักษาศิลปะ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตท่องถิ่นดั่งเดิมได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางแบบอิสระและการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย

O5 แนวโน้มการท่องเที่ยวเพื่อพำนักระยะยาวของกลุ่มผู้สูงอายุมีแนวโน้มมากขึ้น เป็นกลุ่มตลาดที่มีขนาดใหญ่และมีกำลังซื้อมากทำให้เกิดการขยายตัวของห่วงโซ่สินค้าและบริการ

O6 รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจโดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเพิ่มมูลค่าเพื่อนำสู่การพัฒนาสินค้าบริการและสร้างแบรนด์ ของผลิตภัณฑ์ไทยเพื่อก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

O7 มีเขตพื้นที่ชายแดนที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีศักยภาพด้านการค้าการลงทุนการท่องเที่ยวในอนาคต อาทิ ด่านห้วยต้นนุ่น ด่านกิ่วผาวอก ด่านหลักแต่ง

O8 ประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียนโดยเฉพาะประเทศเมียนมา ลาว กัมพูชาและเวียดนามมีการเจริญเติบโตสูง

อุปสรรค (Threats)

T1 ภาวะวิกฤตด้านภัยธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงสภาวะภูมิอากาศของโลกที่ก่อให้เกิดผลกระทบอย่างมากต่อทรัพยากรป่าไม้และแหล่งน้ำ รวมถึงการผลิตภาคเกษตร

T2 การเปิดความร่วมมือทางการค้ากับประเทศต่างๆ ส่งผลให้การแข่งขันมีความรุนแรงมากขึ้นและกระทบกับภาคธุรกิจหลายส่วนที่ไม่สามารถปรับตัวให้แข่งขันได้

T3 ปัญหาการขยายตัวทางเศรษฐกิจของโลกส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวและมีความระมัดระวังในการวางแผนเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

T4 การเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจและการเมือง ที่เกิดขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีอำนาจ ทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตและบริการสูงขึ้น โดยเฉพาะต้นทุนค่าแรงและต้นทุนด้านการขนส่ง

T5 ประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ส่งผลต่อผลิตภาพการผลิตในอนาคตและงบประมาณที่ใช้ในด้านสวัสดิการต่างๆ

จากการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 7 ด้วยข้อมูลด้านเศรษฐกิจที่สำคัญของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 7 รวมถึงข้อมูลผลกระทบของด้านโยบายสำคัญที่ถูกถ่ายทอดมายังพื้นที่จังหวัด ประกอบกับการวิเคราะห์แผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง สามารถวิเคราะห์ได้ถึงแนวทางการพัฒนาที่สำคัญของพื้นที่จังหวัด และสามารถสรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนยุทธศษสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของพื้นที่กลุ่ม 7 ซึ่งจะแสดงออกในรูปแบบจุดเน้น หรือตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของพื้นที่และมีผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โดยในการฝึกอบรมเพื่อพัฒนารูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้นำแนวคิดของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) และห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) เข้ามาปรับใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนเพื่อให้การขับเคลื่อนมีทิศทางที่ชัดเจนมากที่สุด ซึ่งมีสรุปผลการอบรมเชิงปฏิบัติการของแต่ละจังหวัดในกลุ่มที่ 7 ดังนี้

3.1.5 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดเชียงใหม่

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดเชียงใหม่

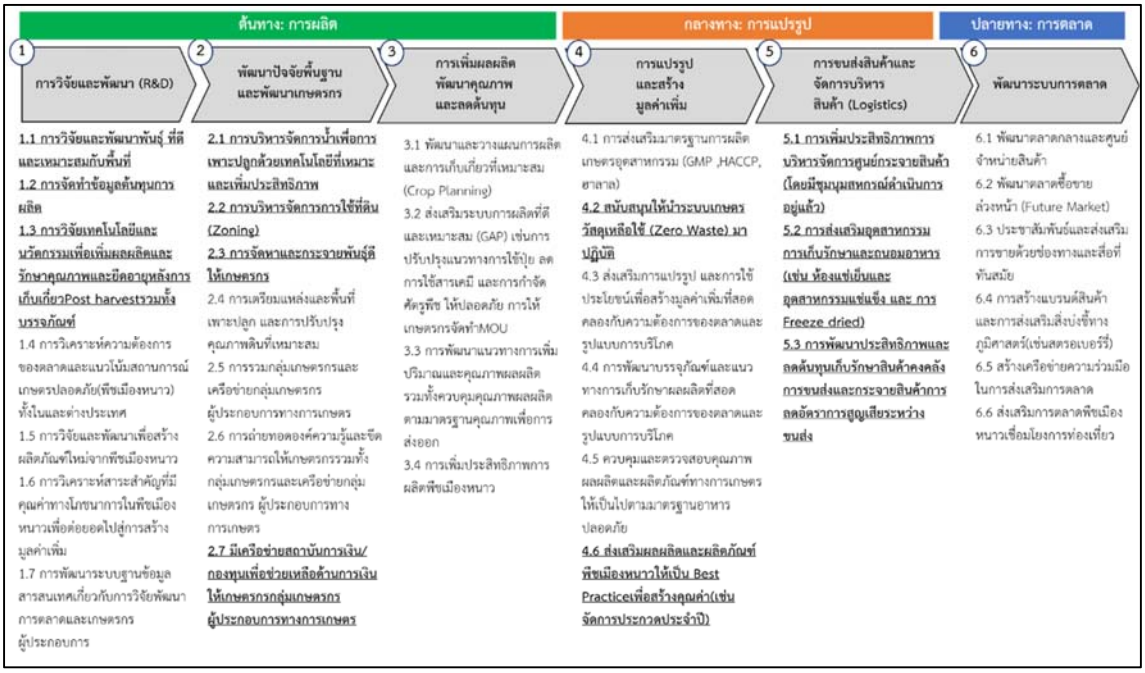
จังหวัดเชียงใหม่ ได้มีการกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
เกษตรปลอดภัย (พืชเมืองหนาว)	- เป็นฐานการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย(Northern Food Valley) เนื่องจากมีศักยภาพสูงในการผลิตแหล่งอาหาร พืชผัก ผลไม้เมืองหนาวที่โดดเด่นของประเทศ โดยเฉพาะพืชเมืองหนาวที่มีการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่การวิจัยและพัฒนา การเพาะปลูกถึงโรงงานและการตลาด - มีโอกาสต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรปลอดภัย GAP และผ่านการแปรรูปได้มากเพื่อสร้างจุดเด่น และลดต้นทุนการผลิตเพื่อสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพ
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ (สปา/น้ำพุร้อน)	- ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติด้วยความโดดเด่นของภูมิทัศน์ที่งดงาม ศิลปกรรม วรรณคดี วิถีชีวิต วัฒนธรรม และประเพณีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของชาวล้านนารวมทั้งความมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย - มีโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับสินค้าและบริการขยายตัวของธุรกิจโรงแรมและสปา น้ำพุร้อน ส่งผลให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมล้านนา สินค้า OTOP รวมทั้งเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดในกลุ่มล้านนาและประเทศเพื่อนบ้าน

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: เกษตรปลอดภัย(พืชเมืองหนาว)</u>

ภายใต้ประเด็น เกษตรปลอดภัย(พืชเมืองหนาว) จังหวัดเชียงใหม่ได้กำหนดระดับความชัดเจนของผลิตภัณฑ์ศักยภาพเกษตรปลอดภัย(พืชเมืองหนาว)ที่มีศักยภาพเป็น ผัก ผลไม้(สตรอเบอรี่) ไม้ดอก และกาแฟ โดยได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิตพัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics) และ6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) เกษตรปลอดภัย (พืชเมืองหนาว) ของจังหวัดเชียงใหม่



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.4 การวิเคราะห์ความต้องการของตลาดและแนวโน้มสถานการณ์เกษตรปลอดภัย(พืชเมืองหนาว)ทั้งในและต่างประเทศ 1.5 การวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่จากพืชเมืองหนาว 1.6 การวิเคราะห์สารสำคัญที่มีคุณค่าทางโภชนาการในพืชเมืองหนาวเพื่อต่อยอดไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม 1.7 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับการวิจัยพัฒนาการตลาดและเกษตรกร ผู้ประกอบการ
2.พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.4 การเตรียมแหล่งและพื้นที่เพาะปลูก และการปรับปรุงคุณภาพดินที่เหมาะสม 2.5 การรวมกลุ่มเกษตรกรและเครือข่ายกลุ่มเกษตรกรผู้ประกอบการทางการเกษตร 2.6 การถ่ายทอดองค์ความรู้และขีดความสามารถให้เกษตรกรรวมทั้งกลุ่มเกษตรกรและเครือข่ายกลุ่มเกษตรกร ผู้ประกอบการทางการเกษตร

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
3.การเพิ่มผลผลิตพัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน	3.1 พัฒนาและวางแผนการผลิต และการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม (Crop Planning) 3.2 ส่งเสริมระบบการผลิตที่ดีและเหมาะสม (GAP) เช่นการปรับปรุงแนวทางการใช้ปุ๋ย ลดการใช้สารเคมี และการกำจัดศัตรูพืช ให้ปลอดภัย การให้เกษตรกรจัดทำMOU 3.3 การพัฒนาแนวทางการเพิ่มปริมาณและคุณภาพผลผลิต รวมทั้งควบคุมคุณภาพผลผลิตตามมาตรฐานคุณภาพเพื่อการส่งออก 3.4 การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตพืชเมืองหนาว
4.การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การส่งเสริมมาตรฐานการผลิตเกษตรอุตสาหกรรม (GMP ,HACCP, ฮาลาล) 4.3 ส่งเสริมการแปรรูป และการใช้ประโยชน์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มที่สอดคลองกับความต้องการของตลาดและรูปแบบการบริโภค 4.4 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และแนวทางการเก็บรักษาผลผลิตที่สอดคลองกับความต้องการของตลาดและรูปแบบการบริโภค 4.5 ควบคุมและตรวจสอบคุณภาพผลผลิตและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรให้เป็นไปตามมาตรฐานอาหารปลอดภัย
6.พัฒนาระบบการตลาด	6.1 พัฒนาตลาดกลางและศูนย์จำหน่ายสินค้า 6.2 พัฒนาตลาดซื้อขายล่วงหน้า (Future Market) 6.3 ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายด้วยช่องทางและสื่อที่ทันสมัย 6.4 การสร้างแบรนด์สินค้า และการส่งเสริมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (เช่นสตรอเบอร์รี่) 6.5 สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการส่งเสริมการตลาด 6.6 ส่งเสริมการตลาดพืชเมืองหนาวเชื่อมโยงการท่องเที่ยว

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[1]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.4,1.5,1.6,1.7 และ 6.1,6.2,6.3,6.4,6.5, 6.6	1. โครงการส่งเสริมและพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย พืชเมืองหนาว ผัก ผลไม้ (สตรอเบอรี่) ดอกไม้ กาแฟ จังหวัดเชียงใหม่	- จัดทำแผนด้านการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาวที่มีความสอดรับกัน เพื่อให้ผลผลิตที่ออกมาเป็นที่ต้องการของตลาดและมีตลาดรองรับ อันเป็นการพัฒนาให้เกษตรกรผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาวอย่างมีคุณภาพ - เพิ่มช่องทางด้านการตลาดให้เกษตรกรมากขึ้น เป็นการแก้ไขปัญหาด้านปริมาณ ราคา คุณภาพผลผลิตอย่างยั่งยืน และเป็นการสร้างความสมดุลให้แก่ภาคการเกษตร และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรใน	สนง.พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่
2.4,2.5,2.6 และ 3.1,3.2,3.3,3.4	2. โครงการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย (พืชเมืองหนาว : ผัก ผลไม้ (สตรอเบอรี่) ดอกไม้ กาแฟ	- ผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย พืชเมืองหนาว ในพื้นที่มีศักยภาพร่วมกับหน่วยงานด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้วยกระบวนการผลิตที่ปลอดภัยเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งพัฒนาเกษตรกรให้มีความเข้มแข็ง มีขีดความสามารถในการผลิตที่มีประสิทธิภาพได้มาตรฐาน มีตลาดรองรับ พัฒนาสู่อาหารปลอดภัยเพื่อสุขภาพ อาหารนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ล้านนาเพื่อการท่องเที่ยว และอาหารคุณภาพสูงเพื่อการส่งออก	สนง.เกษตรจังหวัดเชียงใหม่
4.1 และ 4.3,4.4,4.5	3. โครงการ สร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตรปลอดภัยตามความต้องการของตลาด	- ยกระดับมาตรฐานการผลิต - พัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม - พัฒนาบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ - Northern Food Valley Supporting	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่/ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1/ สนง.สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่

[1] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ (สปา/น้ำพุร้อน)

ภายใต้ประเด็น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ (สปา/น้ำพุร้อน) ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย 2) พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว 3) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร 4) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 5) พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และ 6) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ (สปา/น้ำพุร้อน) ของจังหวัดเชียงใหม่

หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย	1.1 การประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน) (เช่นมีการวิเคราะห์คุณสมบัติทางกายภาพและเคมีของน้ำพุร้อน) 1.6 การวางแผนแม่บทและผังบริเวณของแหล่งท่องเที่ยวสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
2. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	2.3 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายและชุมชนในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยวการเป็นเจ้าบ้านที่ดี
3. เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	3.1 การพัฒนามัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว/ บุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้และทักษะ(เช่นภาษาอังกฤษ จีน) ได้มาตรฐาน 3.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน)
5. พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	5.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน)ที่มีความเหมาะสมกับอัตลักษณ์ เหมาะสมกับแหล่งและวิถีชุมชน(รวมการมีนวัตกรรมการสร้างกิจกรรมบริการ นวัตกรรมด้านอาหาร) 5.2 การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน/ร้านอาหาร/ ร้านค้า/ ที่พัก) และพัฒนาให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน
6. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	6.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวด้วย Social media การจัด Road show 6.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว เช่น การBenchmark แหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนกับต่างประเทศ 6.3 การสร้างความเข้าใจและความร่วมมือการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหาและอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[2]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1 และ 2.3 และ 3.1 และ 3.3 และ 5.1, 5.2 และ 6.1, 6.2, 6.3	1. พัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	การประเมินศักยภาพของแหล่งฯ / การพัฒนาความร่วมมือเครือข่าย / ชุมชน การเตรียมความพร้อมศักยภาพบุคลากร การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งส่งเสริมกิจกรรมและธุรกิจสนับสนุน การตลาดและประชาสัมพันธ์	สนง.วัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ และ สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่

[2] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[2]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1 และ 2.3 และ 3.1 และ 3.3 และ 5.1, 5.2 และ 6.1, 6.2, 6.3	2. โครงการ ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัดเชียงใหม่สู่ความเป็นสุดยอดล้านนา	กำหนดทิศทาง / สินค้าและบริการ / กำหนด Zoning / เส้นทางเชื่อมโยง / จัดลำดับความสำคัญเร่งด่วนการพัฒนา และบูรณาการเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ กับพื้นที่ ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ (ทั้ง 6 ด้านที่กล่าวมา) จังหวัดเชียงใหม่มี 28 อำเภอ แบ่งโซนนิ่งคือ โซนเหนือ , โซนกลาง , โซนใต้ ในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัดเชียงใหม่	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่
1.1 และ 1.6 และ 2.3 และ 3.1 และ 3.3 และ 5.1, 5.2 และ 6.1, 6.2, 6.3	3. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สปาและเส้นทางท่องเที่ยวน้ำพุร้อนเชียงใหม่	การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและเส้นทางคมนาคม/การพัฒนาศักยภาพแหล่งน้ำพุร้อน/การวางผังและแบบสถาปัตยกรรมน้ำพุร้อน/การพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศ/การพัฒนาอัตลักษณ์และรูปแบบบริการ/การพัฒนาบุคลากร/ การบริหารจัดการ/การประเมินคุณภาพมาตรฐานกรมการท่องเที่ยว/ และผลิตภัณฑ์สุขภาพ/ การพัฒนาความเข้มแข็งชุมชนและการจัดการท่องเที่ยวชุมชน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่และสนง.สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดเชียงใหม่

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด โดยในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน มีสรุปรายละเอียดดังนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: เกษตรปลอดภัย(พืชเมืองหนาว)

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- เป็นฐานการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย(Northern Food Valley) เนื่องจากมีศักยภาพสูงในการผลิตแหล่งอาหาร พืชผัก ผลไม้เมืองหนาวที่โดดเด่นของประเทศ โดยเฉพาะพืชเมืองหนาวที่มีการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่การวิจัยและพัฒนา การเพาะปลูกถึงโรงงานและการตลาด
- มีโอกาสต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรปลอดภัย GAP และผ่านการแปรรูปได้มากเพื่อสร้างจุดเด่น และลดต้นทุนการผลิตเพื่อสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพ

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลเดช ทรงเล็งเห็นภัยอันใหญ่หลวงที่เกิดขึ้นจากการปลูกฝิ่นของชาวบ้านจึงทรงมีพระราชดำริส่งเสริมและให้ความรู้ในการปลูกผัก ผลไม้เมืองหนาว และพระราชทานทุนทรัพย์ส่วนพระองค์เพื่อตั้งโรงงานหลวง รับซื้อและแปรรูปผลผลิตเหล่านั้น จนสามารถเปลี่ยนดอยที่เต็มไปด้วยฝิ่น มาเป็นสินค้าตราดอยคำ จนถึงทุกวันนี้

โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ มีโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริตั้งอยู่ในพื้นที่ทั้ง 25 อำเภอ นอกจากนี้สถานีวิจัยดอยปุยได้ส่งเสริมให้ชาวไทยภูเขาหันมาปลูกพืชเมืองหนาวทดแทนการปลูกฝิ่นของชาวบ้าน ตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง

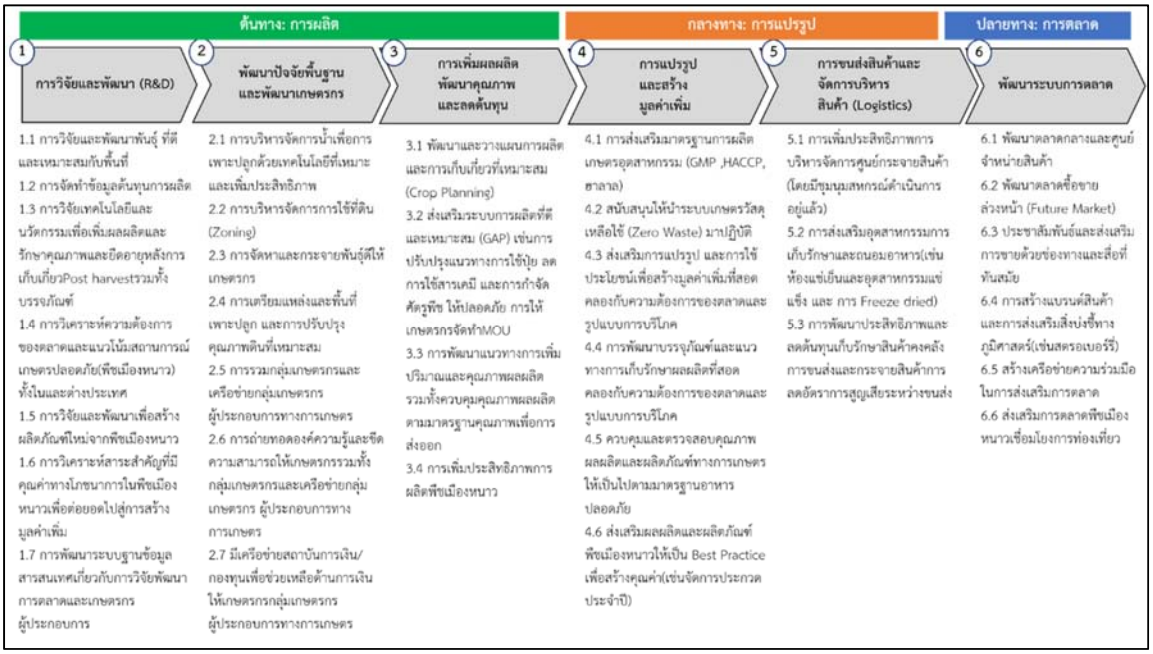
จังหวัดเชียงใหม่จึงได้กำหนดตำแหน่งการพัฒนาไปสู่การเป็นฐานการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย (Northern Food Valley) เนื่องจากมีศักยภาพสูงในการผลิตแหล่งอาหาร พืชผัก ผลไม้เมืองหนาวที่โดดเด่นของประเทศ ซึ่งจะต้องมีการขับเคลื่อนในทุกภาคส่วนทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ ภายใต้การรู้จักและเลือกใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมต่างๆ มาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าสูงซึ่งจะทำให้อุตสาหกรรมอาหารของภาคเหนือสามารถแข่งขันได้ในเวทีการค้าโลก

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะ เดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ เกษตรปลอดภัย(พืชเมืองหนาว) จังหวัดเชียงใหม่ได้กำหนดระดับความชัดเจนของผลิตภัณฑ์ศักยภาพเกษตรปลอดภัย(พืชเมืองหนาว)ที่มีศักยภาพเป็นผัก ผลไม้(สตรอเบอรี่) ไม้ดอก และกาแฟ โดยมีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.7-1: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) : เกษตรปลอดภัย(พืชเมืองหนาว) ของจังหวัดเชียงใหม่



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.7-7: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[3]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.6, 3.1, 3.2, 3.3, 3.4 ,4.1 6.3, 6.4	1. โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเกษตรกร และผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจ	สนง.เกษตรจังหวัดเชียงใหม่	กิจกรรมหลัก 1) ฮาลาลเพื่อการเกษตร (Halal for Agriculture) 2) เชียงใหม่เมืองกาแฟ (CHIANG MAI : THE COFFEE HUB - CMCH) 3) พัฒนาผู้ประกอบการและยกระดับผลิตภัณฑ์สู่มาตรฐานสากล เพื่อสร้างโอกาสและช่องทางการตลาดสินค้าจาก Local สู่ Global
4.3 ,4.4 ,6.3	2. โครงการส่งเสริมและพัฒนาการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการยกระดับการผลิตและการประกอบธุรกิจ	สนง. อุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่	กิจกรรมหลัก 1) พัฒนาการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรและอาหารให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น 2) พัฒนาการแปรรูปสินค้าเกษตรสู่อนาคต
5.3	3. โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการผลิตและการประกอบธุรกิจ	อปท.	พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเชื่อมโยงการเกษตร การค้า การลงทุน

[3] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

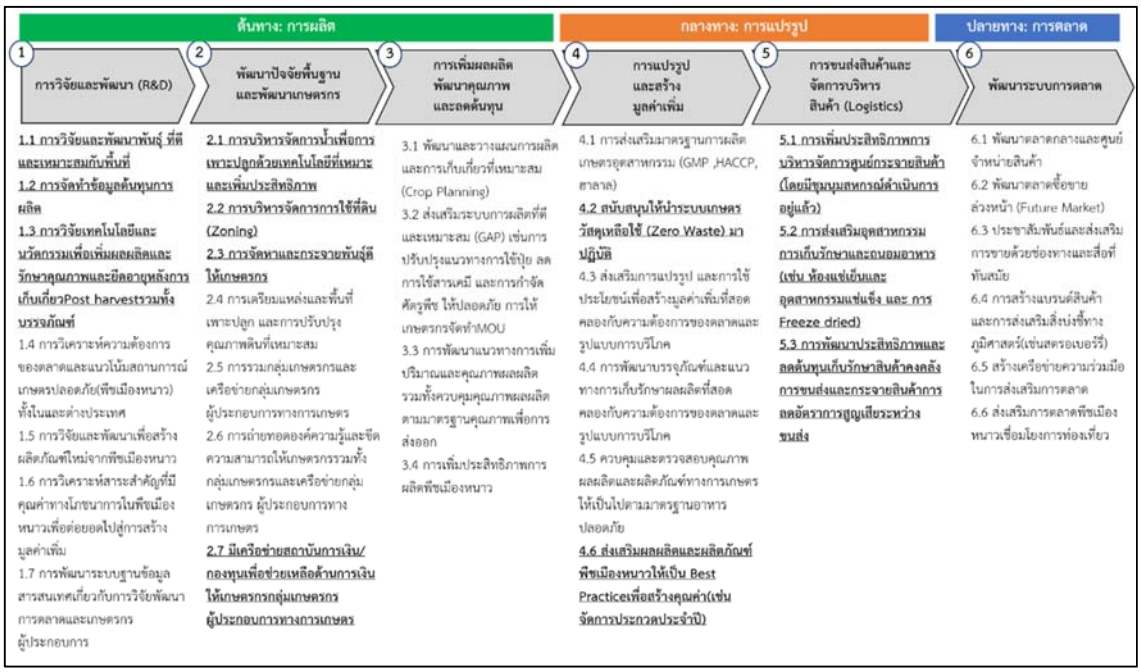
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.5 , 2.6	4. โครงการพัฒนาและยกระดับความสามารถในการแข่งขันของกิจการ/ผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่สู่เวทีการค้าสากล	สนง.พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่	พัฒนาศักยภาพและยกระดับความสามารถในการแข่งขันของกิจการ/ผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่
6.5 6.6	5. โครงการส่งเสริมและพัฒนาการเชื่อมโยงการผลิตและการประกอบธุรกิจสู่ระดับสากล	สนง.พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่	กิจกรรมหลัก 1. ตลาดนัดชุมชนไทยช่วยไทยคนไทยยิ้มได้ Unseen Lanna
2.6, 3.3	6. โครงการความร่วมมือพัฒนาและส่งเสริมอาชีพการปลูกชาตามพระราชดำริฯ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี	สนง.เกษตรจังหวัดเชียงใหม่	ส่งเสริมคุณภาพการผลิตชา (ต้นน้ำ)
4.3 4.4,	7. การพัฒนาการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรและอาหารให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น	สนง. อุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่	พัฒนาการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรและอาหารเพื่อเพิ่มมูลค่า
2.1	8. โครงการปรับปรุงระบบส่งน้ำฝายขุนปิง บ้านเมืองนะ	โครงการชลประทานเชียงใหม่	ปรับปรุงระบบส่งน้ำ
5.1 6.6	9. โครงการส่งเสริมและเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมายที่เหมาะสม	สนง.จังหวัดเชียงใหม่	ส่งเสริมการปรรูปผลิตภัณฑ์และประชาสัมพันธ์เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมาย
6.3	10. โครงการการพัฒนาช่องทางการส่งเสริมการตลาดด้วย digital marketing	สนง.จังหวัดเชียงใหม่	พัฒนาช่องทางและการส่งเสริมการตลาดด้วย digital marketing

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.7-8: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.4 การวิเคราะห์ความต้องการของตลาดและแนวโน้มสถานการณ์เกษตรปลอดภัย(พืชเมืองหนาว)ทั้งในและต่างประเทศ 1.5 การวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่จากพืชเมืองหนาว 1.6 การวิเคราะห์สารสำคัญที่มีคุณค่าทางโภชนาการในพืชเมืองหนาวเพื่อต่อยอดไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม 1.7 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับการวิจัยพัฒนา การตลาด และเกษตรกร ผู้ประกอบการ
2.พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.4 การเตรียมแหล่งและพื้นที่เพาะปลูก และการปรับปรุงคุณภาพดินที่เหมาะสม 2.5 การรวมกลุ่มเกษตรกรและเครือข่ายกลุ่มเกษตรกรผู้ประกอบการทางการเกษตร 2.6 การถ่ายทอดองค์ความรู้และขีดความสามารถให้เกษตรกรรวมทั้งกลุ่มเกษตรกรและเครือข่ายกลุ่มเกษตรกร ผู้ประกอบการทางการเกษตร
3.การเพิ่มผลผลิตพัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน	3.1 พัฒนาและวางแผนการผลิต และการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม(Crop Planning) 3.2 ส่งเสริมระบบการผลิตที่ดีและเหมาะสม (GAP) เช่นการปรับปรุงแนวทางการใช้ปุ๋ย ลดการใช้สารเคมี และการกำจัดศัตรูพืช ให้ปลอดภัย การให้เกษตรกรจัดทำMOU 3.3 การพัฒนาแนวทางการเพิ่มปริมาณและคุณภาพผลผลิต รวมทั้งควบคุมคุณภาพผลผลิตตามมาตรฐานคุณภาพเพื่อการส่งออก 3.4 การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตพืชเมืองหนาว
4.การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การส่งเสริมมาตรฐานการผลิตเกษตรอุตสาหกรรม (GMP ,HACCP, ฮาลาล) 4.3 ส่งเสริมการแปรรูป และการใช้ประโยชน์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มที่สอดคลองกับความต้องการของตลาดและรูปแบบการบริโภค 4.4 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และแนวทางการเก็บรักษาผลผลิตที่สอดคลองกับความต้องการของตลาดและรูปแบบการบริโภค 4.5 ควบคุมและตรวจสอบคุณภาพผลผลิตและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรให้เป็นไปตามมาตรฐานอาหารปลอดภัย
6.พัฒนาระบบการตลาด	6.1 พัฒนาตลาดกลางและศูนย์จำหน่ายสินค้า 6.2 พัฒนาตลาดซื้อขายล่วงหน้า (Future Market) 6.3 ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายด้วยช่องทางและสื่อที่ทันสมัย 6.4 การสร้างแบรนด์สินค้า และการส่งเสริมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (เช่น สตรอเบอร์รี่) 6.5 สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการส่งเสริมการตลาด 6.6 ส่งเสริมการตลาดพืชเมืองหนาวเชื่อมโยงการท่องเที่ยว

แผนภาพที่ 3.7-2: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ(Product Champion) : เกษตรปลอดภัย (พืชเมืองหนาว)ของจังหวัดเชียงใหม่



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดเชียงใหม่

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.7-9: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[4]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.4,1.5,1.6,1.7 และ 6.1,6.2,6.3,6.4, 6.5,6.6	1. โครงการส่งเสริมและพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาว ผัก ผลไม้ (สตรอเบอรี่) ดอกไม้ กาแฟ จังหวัดเชียงใหม่	- จัดทำแผนด้านการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาวที่มีความสอดรับกัน เพื่อให้ผลผลิตที่ออกมาเป็นที่ต้องการของตลาดและมีตลาดรองรับ อันเป็นการพัฒนาให้เกษตรกรผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาวอย่างมีคุณภาพ - เพิ่มช่องทางด้านการตลาดให้เกษตรกรมากขึ้น เป็นการแก้ไขปัญหาด้านปริมาณ ราคา คุณภาพผลผลิตอย่างยั่งยืน และเป็นการสร้างความสมดุลให้แก่ภาคการเกษตร และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรใน	สนง.พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่
2.4,2.5,2.6 และ 3.1,3.2,3.3,3.4	2. โครงการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย (พืชเมืองหนาว : ผัก ผลไม้ (สตรอเบอรี่) ดอกไม้ กาแฟ	ผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย พืชเมืองหนาว ในพื้นที่มีศักยภาพร่วมกับหน่วยงานด้านทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้วยกระบวนการผลิตที่ปลอดภัยเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งพัฒนาเกษตรกรให้มีความเข้มแข็ง มีขีดความสามารถในการผลิตที่มีประสิทธิภาพได้มาตรฐาน มีตลาดรองรับ พัฒนาสู่อาหารปลอดภัยเพื่อสุขภาพ อาหารนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ล้านนาเพื่อการท่องเที่ยว และอาหารคุณภาพสูงเพื่อการส่งออก	สนง.เกษตรจังหวัดเชียงใหม่
4.1 และ 4.3,4.4,4.5	3. โครงการ สร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตรปลอดภัยตามความต้องการของตลาด	- ยกระดับมาตรฐานการผลิต - พัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม - พัฒนาบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ - Northern Food Valley Supporting	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่/ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1/ สนง.สาธารณสุขจังหวัด

[4] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: 1. โครงการส่งเสริมและพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย พืชเมืองหนาว ผัก ผลไม้(สตรอเบอรี่) ดอกไม้ กาแฟ จังหวัดเชียงใหม่

ที่มา / หลักการและเหตุผล

- รัฐบาลได้มีนโยบายด้านเกษตรกรรม โดยให้ดูแลเกษตรให้มีรายได้ที่เหมาะสมด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ลดต้นทุนการผลิต การช่วยเหลือในเรื่องปัจจัยการผลิตอย่างทั่วถึง การปรับโครงสร้างการผลิตสินค้าเกษตรให้สอดคล้องกับความต้องการด้วยวิธีการต่าง ๆ และนโยบายและแนวทาง การบริหารราชการ ในการกำกับดูแลค่าครองชีพ ราคาสินค้า การสร้างความเข้มแข็งให้ท้องถิ่น การดูแลราคาสินค้าเกษตร การผลักดันการส่งออก การสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้เป็น Entrepreneuial Economy และการส่งเสริมธุรกิจบริการ ตลอดจนการจัดตั้งตลาดกลาง และตลาดชุมชน เพื่อจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นในแต่ละภาค และกระจายสินค้าไปยังท้องถิ่นให้มากขึ้น
- จากอดีตถึงปัจจุบันการผลิตสินค้าเกษตรของเกษตรกรได้ทำการเพาะปลูกกันตามประเพณี ตามฤดูกาลที่สืบทอดกันต่อๆ มา โดยไม่เคยมีการวางแผนด้านการตลาดรองรับล่วงหน้า(Demand Driver) ซึ่งส่งผลตอบแทนที่ไม่แน่นอน และบางครั้งเกิดวิกฤติด้านราคา ทำให้เกิดความเสียหายทั้งเกษตรกรเอง และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง อาจเพราะยังไม่เคยมีการวางแผนระบบฐานข้อมูลด้านการผลิตและด้านการตลาดอย่างเป็นระบบ จึงส่งผลให้ผลผลิตทางการเกษตรปลอดภัย พืชเมืองหนาว ผัก ผลไม้(สตรอเบอรี่) ดอกไม้ กาแฟ ขาดเสถียรภาพด้านราคา และเกิดความไม่มั่นคงในอาชีพเกษตรกร
- ในสถานการณ์ปัจจุบัน ด้วยการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ภาครัฐควรกำหนดแผนพัฒนาบริหารจัดการข้อมูลอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ เพื่อวางแผนด้านการพัฒนาการผลิตให้ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด ในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น ฐานข้อมูลสารสนเทศในระบบการผลิตและระบบตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาว ผัก ผลไม้(สตอเบอรี่) ดอกไม้ กาแฟ จึงเป็นความสำคัญในลำดับแรกที่สามารถกำหนดแผนการผลิตเพื่อป้อนสู่ตลาดในแต่ละช่องทาง

สรุปแนวคิดโครงการ

- จัดทำแผนด้านการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาวที่มีความสอดรับกัน เพื่อให้ผลผลิตที่ออกมาเป็นที่ต้องการของตลาดและมีตลาดรองรับ อันเป็นการพัฒนาให้เกษตรกรผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาวอย่างมีคุณภาพ
- เพิ่มช่องทางด้านการตลาดให้เกษตรกรมากขึ้น เป็นการแก้ไขปัญหาด้านปริมาณ ราคา คุณภาพผลผลิตอย่างยั่งยืน และเป็นการสร้างความสมดุลให้แก่ภาคการเกษตร และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรใน

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ เกี่ยวกับการวิจัย การพัฒนาการตลาด และเกษตรกร
2. การวิเคราะห์สารสำคัญที่มีคุณค่าทางโภชนาการในพืชเมืองหนาว เพื่อต่อยอดไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม
3. การวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่จากพืชเมืองหนาว
4. การวิเคราะห์ความต้องการของตลาดและแนวโน้มสถานการณ์เกษตรปลอดภัย(พืชเมืองหนาว) ทั้งในและต่างประเทศ
5. พัฒนาตลาดกลางและศูนย์จำหน่ายสินค้า
6. พัฒนาตลาดซื้อขายล่วงหน้า(Future Market)
7. การสร้างแบรนด์สินค้า และการส่งเสริมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
8. การเชื่อมโยงและขยายช่องทางการตลาด
9. การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดพืชเมืองหนาวเชื่อมโยงการท่องเที่ยว

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ / สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่
2. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่
3. สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่ / สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงใหม่
4. สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่
5. สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่
6. สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ / สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่
7. สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ / ร่วมกับสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่
8. สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ / ร่วมกับสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่
9. สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ / ร่วมกับสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่ / สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่

ผลลัพธ์:

1) เกษตรกรมีความรู้และทักษะในการบริหารจัดการสินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาวในจังหวัดเชียงใหม่มีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของเกษตรกร โดยอาศัยข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ด้านการตลาดและการผลิต ในการวางแผนและบริหารจัดการสินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาว ที่เชื่อมโยงกันทั้งในภาคเกษตรกร/กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และกลุ่มผู้บริโภค
2) ผู้ผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาว ผู้ประกอบการ ผู้จำหน่ายสินค้าที่ได้รับการส่งเสริมสามารถสร้างรายได้และช่วยให้มีช่องทางในการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น และมีสถานที่ที่มีมาตรฐานและความพร้อมในการจำหน่ายและกระจายสินค้า
3) สามารถยกระดับราคาสินค้าเกษตรสินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาว และเพิ่มรายได้ให้เกษตรกร/ผู้ประกอบการและสร้างความเป็นอยู่ชีวิตของกลุ่มเป้าหมายให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

ผลผลิต:

1) จังหวัดเชียงใหม่ มีตลาดกลางที่เป็นแหล่งรวบรวมและกระจายผลผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาวที่ยั่งยืนให้แก่เกษตรกร ผู้ประกอบการ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

2) ตลาดที่ได้รับการพัฒนาและปรับปรุง ได้รับการสนับสนุนองค์ประกอบและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับรองรับผู้บริโภคและผู้ซื้อผู้ขาย เป็นสถานที่ที่มีการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานสามารถเป็นศูนย์กลางการรวบรวมและจำหน่ายสินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาวของจังหวัด สามารถเป็นต้นแบบในการพัฒนาการจำหน่ายสินค้าและเชื่อมโยงกับภาคการท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆได้

3) ตลาดและองค์ประกอบของตลาดที่ได้รับการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานรูปแบบทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานสินค้า ช่วยสนับสนุนผู้ประกอบการของแต่ละตลาดให้มีการบริหารจัดการที่ดีด้วยอุปกรณ์และระบบที่มีคุณภาพมาตรฐาน รวมทั้งสามารถเป็นต้นแบบการพัฒนาให้กับตลาดต่างๆ ทั่วทุกภูมิภาคได้

4) มีตลาดที่ได้รับการบูรณาการกับการท่องเที่ยว ทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่มีเอกลักษณ์ มีความพร้อมทั้งด้านการบริหารจัดการและมีสินค้าที่ดึงดูดความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งสามารถสนับสนุนเป็นเป้าหมายในการท่องเที่ยวในภูมิภาค

5) ผู้จำหน่ายสินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาวและผู้ประกอบการที่เข้าร่วมได้รับการสนับสนุนในด้านการอำนวยความสะดวกและสนับสนุนในการจำหน่ายและการตรวจสอบมาตรฐานของสินค้า และมีสถานที่ความพร้อมในการบริหารจัดการสินค้า ช่วยให้ผู้ผลิตสินค้าได้มีช่องทางจำหน่ายโดยตรงสู่ตลาดและมีรายได้เพิ่มขึ้น

6) เกษตรกรได้รับการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการใช้ข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ด้านการตลาดและการผลิตในการวางแผนและบริหารจัดการสินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาว

ตัวชี้วัดของโครงการ:

1) จำนวนช่องทางการตลาดที่ได้รับการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานเพิ่มขึ้น (เป้าหมาย: ไม่น้อยกว่า 3 ช่องทาง)

2) จำนวนเครือข่ายเกิดขึ้นจากโครงการฯ (เป้าหมาย: ไม่น้อยกว่า 10 เครือข่าย)

3) ร้อยละของเกษตรกรผู้ผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาวที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริมการประกอบอาชีพมีความรู้และทักษะในการใช้ข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ด้านการตลาดและการผลิตในการบริหารจัดการสินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาวในจังหวัดเชียงใหม่อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4) ร้อยละของผู้ประกอบการ ผู้จำหน่ายสินค้า ที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริมการประกอบอาชีพมีความรู้และทักษะในการบริหารจัดการสินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาวโดยมีช่องทางในการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น และมีสถานที่ที่มีมาตรฐานและความพร้อมในการจำหน่ายและกระจายสินค้า

5) เกษตรกร ผู้ประกอบการ ผู้จำหน่ายสินค้า ที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริมการประกอบอาชีพส่งเสริมการใช้ข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ด้านการตลาดและการผลิตมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าตามโครงการฯ (เป้าหมาย: ไม่น้อยกว่า 20 ล้านบาท)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
กิจกรรมที่ การพัฒนาระบบ 1 ฐานข้อมูลสารสนเทศ เกี่ยวกับการวิจัย การพัฒนาการตลาด และเกษตรกร มีขั้นตอนดังนี้	ตุลาคม 2561 – กันยายน 2562			สนง.พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่/ สนง.เกษตรจังหวัดเชียงใหม่	
กิจกรรมที่ 2 การวิเคราะห์สารสำคัญที่มีคุณค่าทางโภชนาการในพืชเมืองหนาว เพื่อต่อยอดไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม มีขั้นตอนดังนี้				สนง.สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่	
กิจกรรมที่ 3 การวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่จากพืชเมืองหนาว มีขั้นตอนดังนี้.....				สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่/ สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงใหม่	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
กิจกรรมที่ 4 การวิเคราะห์ความต้องการของตลาดและแนวโน้มสถานการณ์เกษตรปลอดภัย(พืชเมืองหนาว) ทั้งในและต่างประเทศ มีขั้นตอนดังนี้.....				สนง.พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่	
กิจกรรมที่ 5 พัฒนาตลาดกลางและศูนย์จำหน่ายสินค้า มีขั้นตอนดังนี้				สนง.พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่	
กิจกรรมที่ 6 พัฒนาตลาดซื้อขายล่วงหน้า(Future Market) มีขั้นตอนดังนี้.....				สนง.พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่/ สนง.เกษตรจังหวัดเชียงใหม่	
กิจกรรมที่ 7 การสร้างแบรนด์สินค้า และการส่งเสริมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีขั้นตอนดังนี้.....				สนง.พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ ร่วมกับ / สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่	
กิจกรรมที่ 8 การเชื่อมโยงและขยายช่องทางการตลาด มีขั้นตอนดังนี้.....				สนง.พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ ร่วมกับ / สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่	
กิจกรรมที่ 9 การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดพืชเมืองหนาวเชื่อมโยงการท่องเที่ยว มีขั้นตอนดังนี้.....				สนง.พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ ร่วมกับ / สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่ /สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่	

ชื่อโครงการ: 2. โครงการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย (พืชเมืองหนาว : ผัก ผลไม้ (สตรอเบอรี่) ดอกไม้ กาแฟ)

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ด้วยภูมิประเทศและภูมิอากาศของจังหวัดเชียงใหม่มีความเหมาะสมต่อการผลิตพืชเมืองหนาว กระแสการบริโภคของประชาชนที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยต่อสุขภาพ สินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาวของจังหวัดเชียงใหม่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูง มูลค่าสูง คู่แข่งน้อย ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ทั้งต้นทุนการผลิตยังต่ำกว่าการผลิตของตลาดต่างประเทศ ทั้งเชียงใหม่เป็นเมืองท่องเที่ยวมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวเชียงใหม่จำนวนมาก มีความต้องการในการบริโภคอาหารที่ปลอดภัยและมีชื่อเสียงประจำถิ่นมีความแตกต่างจากแหล่งอื่นเป็นอัตลักษณ์ของนวัตกรรมอาหารล้านนาใหม่ ๆ เพื่อการท่องเที่ยว

กระบวนการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาวมีแหล่งผลิตในเขตพื้นที่ป่าเขาโดยเกษตรกรบนพื้นที่มีความจำเป็นต้องมีการเตรียมแหล่งพื้นที่ผลิตร่วมกับกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมในพื้นที่ผ่อนปรนด้วยกระบวนการผลิตที่ปลอดภัยเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีมาตรฐานรับรองผลผลิตที่เชื่อถือได้เป็นสากล เพื่อให้ได้สินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาวเป็นวัตถุดิบด้านอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารเพื่อการท่องเที่ยว และอาหารเพื่อการส่งออก สร้างรายได้ให้กับจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

สรุปแนวคิดโครงการ

ผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย พืชเมืองหนาว ในพื้นที่มีศักยภาพร่วมกับหน่วยงานด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้วยกระบวนการผลิตที่ปลอดภัยเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งพัฒนาเกษตรกรให้มีความเข้มแข็ง มีขีดความสามารถในการผลิตที่มีประสิทธิภาพได้มาตรฐาน มีตลาดรองรับ พัฒนาสู่อาหารปลอดภัยเพื่อสุขภาพ อาหารนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ล้านนาเพื่อการท่องเที่ยว และอาหารคุณภาพสูงเพื่อการส่งออก

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. คัดเลือกพื้นที่ดำเนินการที่มีศักยภาพการผลิตสินค้า
2. การรวมกลุ่มเกษตรกรและเครือข่ายกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการด้านการเกษตร
3. การถ่ายทอดองค์ความรู้และขีดความสามารถให้เกษตรกร กลุ่มเกษตรเครือข่ายและผู้ประกอบการ
4. พัฒนาและวางแผนการผลิตและการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม (Crop Planing)
5. ส่งเสริมระบบการผลิตที่ดีและเหมาะสม (GAP) เช่นการปรับปรุงแนวทางการใช้ปุ๋ย ลดการใช้สารเคมีและสารกำจัดศัตรูพืชให้ปลอดภัย
6. การพัฒนาแนวทางการเพิ่มปริมาณและคุณภาพผลผลิตรวมทั้งควบคุมคุณภาพผลผลิตตามมาตรฐานคุณภาพเพื่อการส่งออกและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตพืชเมืองหนาว

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. ร่วมกับหน่วยงาน ทสจ. ผู้ดูแลพื้นที่ร่วมเป็นคณะทำงาน (เกษตร)
2. เกษตรสำรวจขึ้นทะเบียน ถ่ายทอดความรู้ด้านกลุ่มเกษตรร่วมกับสหกรณ์และดูงานด้านกลุ่มที่สำเร็จ
3. เกษตรร่วมกับสถาบันการศึกษา
4. เกษตรร่วมกับพาณิชย์และอุตสาหกรรม ทำ ตอบ , contact farming
5. เกษตรร่วมกับสถาบันการศึกษาและหน่วยตรวจรับรอง
6. เกษตรร่วมกับสถาบันการศึกษา พาณิช และสาธารณสุข

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

สนง.เกษตรจังหวัดเชียงใหม่

ผลลัพธ์: 1) เกษตรกรมีความรู้และทักษะในกระบวนการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาวในจังหวัดเชียงใหม่ 2) ผลผลิตสินค้าเกษตรพืชเมืองหนาวมีความปลอดภัย 3) เกษตรกรสุขภาพดีขึ้น และประชาชน ปลอดภัยจากสารตกค้างในสินค้าเกษตร
ผลผลิต: 1) เกษตรกรได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะและสนับสนุนปัจจัยในกระบวนการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาวในจังหวัดเชียงใหม่ 2) มีผลผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาว
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1) จำนวนเกษตรกรได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะและสนับสนุนปัจจัยในกระบวนการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยพืชเมืองหนาวในจังหวัดเชียงใหม่ 2) ร้อยละของผลผลิตสินค้าเกษตรพืชเมืองหนาวปลอดภัย (มากกว่า 80%) 3) ร้อยละของระดับความพึงพอใจของเกษตรกรในสุขภาพที่ดีขึ้น (มากกว่า 80%) 4) ร้อยละของระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคในสินค้าเกษตรปลอดภัย (มากกว่า 80%)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
กิจกรรมที่ 1 คัดเลือกพื้นที่ดำเนินการที่มีศักยภาพการผลิตสินค้า มีขั้นตอน ดังนี้.....				สนง.เกษตรจังหวัดเชียงใหม่ และ สนง.ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดเชียงใหม่	
กิจกรรมที่ 2 การรวมกลุ่มเกษตรกรและเครือข่ายกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการด้านการเกษตร มีขั้นตอน ดังนี้.....				สนง.เกษตรจังหวัดเชียงใหม่	
กิจกรรมที่ 3 การถ่ายทอดองค์ความรู้และขีดความสามารถให้เกษตรกร กลุ่มเกษตรเครือข่ายและผู้ประกอบการ มีขั้นตอน ดังนี้.....				สนง.เกษตรจังหวัดเชียงใหม่ร่วมกับสถาบันการศึกษา	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
กิจกรรมที่ 4 พัฒนาและวางแผนการผลิตและการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม (Crop Planing)				สนง.เกษตรจังหวัดเชียงใหม่ ร่วมกับ สนง.พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ และสนง.อุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่	
กิจกรรมที่ 5 ส่งเสริมระบบการผลิตที่ดีและเหมาะสม(GAP) เช่น การปรับปรุงแนวทางการใช้ปุ๋ย ลดการใช้สารเคมีและสารกำจัดศัตรูพืชให้ปลอดภัย มีขั้นตอน ดังนี้.....				สนง.เกษตรจังหวัดเชียงใหม่ ร่วมกับ สถาบันการศึกษา และหน่วยตรวจรับรอง	
กิจกรรมที่ 6 การพัฒนาแนวทางการเพิ่มปริมาณและคุณภาพผลผลิตรวมทั้งควบคุมคุณภาพผลผลิตตามมาตรฐานคุณภาพเพื่อการส่งออกและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตพืชเมืองหนาว มีขั้นตอน ดังนี้.....				สนง.เกษตรจังหวัดเชียงใหม่ ร่วมกับ สถาบันการศึกษา สนง.พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ และสนง.สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่	

ชื่อโครงการ: 3.โครงการสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตรปลอดภัยตามความต้องการของตลาด

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

<u>ปัญหาทางด้านผู้บริโภค (Demand Side)</u>

- ผู้บริโภคมีความห่วงใยในสุขภาพ และสิ่งแวดล้อมมากขึ้น
- การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และภาวะการเจ็บป่วยของประชากรมีอัตราเพิ่มสูงขึ้น
- ผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์เกษตร/อาหาร เฉพาะกลุ่มมากขึ้น
- ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นเรื่องความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์ที่บริโภค

<u>ปัญหาทางด้านผู้ผลิต (Supply Side)</u>

- ปัญหาที่ผู้ประกอบการกลุ่ม SMEs ในพื้นที่ยังประสบอยู่เสมอ คือ ปัญหาด้านกระบวนการผลิต เนื่องจากการผลิตสินค้าในกลุ่มอาหารมีกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น GMP HACCP อย.
- ผู้ประกอบการยังขาดองค์ความรู้ในการวิจัยและพัฒนา การควบคุมคุณภาพ ขาดเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตขนาดเล็กเพื่อการทดสอบตลาด

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. ยกระดับมาตรฐานการผลิต
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม
3. พัฒนาบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์
4. Northern Food Valley Supporting

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่
2. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1
3. สนง. สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่
4. FTI, CMU (STeP, FIN), MJU

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่, ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1, สนง. สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่

ผลลัพธ์: 1) สถานประกอบการได้รับรองมาตรฐานการผลิต (GMP, HACCP, HALAL) 2) ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรอง ตรวจสอบ คุณภาพอาหารปลอดภัย 3) ยอดขายผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีจำนวนเพิ่มขึ้น
ผลผลิต: 1) สถานประกอบการที่ได้การพัฒนา และรับรองมาตรฐานการผลิต (GMP, HACCP, HALAL) มีเพิ่มมากขึ้น 2) สถานประกอบการที่ได้รับการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1) จำนวนกิจการอุตสาหกรรมอาหาร ในพื้นที่เป้าหมายที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพ (จำนวน กิจการ 200) 2) จำนวนผู้ประกอบการ/วิสาหกิจ ในพื้นที่ ได้รับการพัฒนาธุรกิจด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม (ไม่น้อยกว่า 300 ราย) 3) ร้อยละของผู้ประกอบการ/วิสาหกิจที่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนาเข้าสู่ตลาดต่างประเทศมีมูลค่าการส่งออกหรือการลงทุนเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 10) 4) เกิดการจ้างงานในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5 5) มูลค่าสินค้าเกษตรเพิ่มขึ้น ร้อยละ 2 6) ยอดขายผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีจำนวนเพิ่มขึ้น (ไม่น้อยกว่าร้อยละ 9)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
กิจกรรมที่ 1 ยกระดับมาตรฐานการผลิต 1) ยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารปลอดภัยสู่ระดับสากล(Food Safety) (GMP, HACCP, HALAL, Organics) 2) พัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในห่วงโซ่การผลิต 3) ตรวจสอบคุณภาพผลผลิตและสินค้าเกษตรให้เป็นไปตามมาตรฐานอาหารปลอดภัย	ต.ค 61 – ก.ย.62	10 ล้านบาท	เครื่องมือที่ใช้ในการตรวจสอบมาตรฐานการผลิต	สนง. อุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่/ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1/ สนง. สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่, FTI, CMU (STeP, FIN)/ MJU	
กิจกรรมที่ 2 พัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม 1) พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารโดยใช้นวัตกรรม (Food Innovation)	ต.ค 61 – ก.ย.62	10 ล้านบาท	เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย		

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
2) สู่ตลาดเป้าหมาย AEC,CLMV , -Functional Food & Drink - Medical Food,-Organic Food -Novel Food 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารผู้สูงอายุโดยใช้นวัตกรรม (Anti-aging Food Innovation) 4) Start up Innovative elderly, functional and future food					
กิจกรรมที่ 3 พัฒนาบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ 1) ออกแบบและพัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์อาหารและการสร้างแบรนด์ 2) Digital Storytelling Multimedia for Value Added Food Products	ต.ค 61 – ก.ย.62	8 ล้านบาท	การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค		
กิจกรรมที่ 4 Northern Food Valley Supporting 1) ศูนย์ให้บริการสร้างสรรค์สินค้าทางนวัตกรรมอาหารครบวงจร (Northern Food Innovation Total Solution Center for SMEs) 2) Northern Thailand Food Valley Expo and Food Digital 3) งานแสดงศักยภาพ Coffee & Tea Expo 2018 4) Innovation Signature (District) (ยกระดับพื้นที่สินค้าเกษตรกรรม)	ต.ค 61 – ก.ย.62	200 ล้านบาท	การลงทุนเครื่องจักรที่ช่วยในการสนับสนุน SME ในการทดลองผลิต		

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ (สปา/น้ำพุร้อน)

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติด้วยความโดดเด่นของภูมิทัศน์ที่งดงาม ศิลปกรรม วรรณคดี วิถีชีวิต วัฒนธรรม และประเพณีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของชาวล้านนา รวมทั้งความมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย
- มีโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับสินค้าและบริการขยายตัวของธุรกิจโรงแรมและสปาน้ำพุร้อน ส่งผลให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมล้านนา สินค้า OTOP รวมทั้งเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดในกลุ่มล้านนาและประเทศเพื่อนบ้าน

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว 80,873 ล้านบาท และมีนักท่องเที่ยวเข้ามา 11,208,125 คน ในปี 2557 โดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพเป็นหลัก โดยมีจังหวัดที่เป็นเป้าหมายสำคัญของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย

ตารางที่ 3.7-10: จำนวนผู้เยี่ยมเยือนของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน1 ปี 2552 – 2558

รายการ	จำนวนผู้เยี่ยมเยือน ภาคเหนือตอนบน 1 พ.ศ. 2552 – 2558 (หน่วย:คน)						
	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558p
	(2009)	(2010)	(2011)	(2012)	(2013)	(2014)	(2015)
ทั่วราชอาณาจักร							
ผู้เยี่ยมเยือน	**124,869,207**	**156,437,103**	**174,118,377**	**198,987,506**	**217,112,440**	**227,654,055**	**249,072,982**
ชาวไทย	97,998,957	122,522,114	133,177,728	150,509,362	161,724,688	170,248,107	185,110,333
ชาวต่างประเทศ	26,870,250	33,914,989	40,940,649	48,478,144	55,387,752	57,405,948	63,962,649
เชียงใหม่							
ผู้เยี่ยมเยือน	**4,343,090**	**5,040,917**	**5,661,673**	**6,570,642**	**7,089,792**	**8,665,502**	**9,286,307**
ชาวไทย	3,101,790	3,345,629	3,622,511	4,378,320	4,747,887	6,064,177	6,451,283
ชาวต่างประเทศ	1,241,300	1,695,288	2,039,162	2,192,322	2,341,905	2,601,325	2,835,024
แม่ฮ่องสอน							
ผู้เยี่ยมเยือน	**492,130**	**467,113**	**451,508**	**533,008**	**748,827**	**769,563**	**799,607**
ชาวไทย	333,469	340,161	333,625	373,520	561,977	582,432	607,490
ชาวต่างประเทศ	158,661	126,952	117,883	159,488	186,850	187,131	192,117
ลำปาง							
ผู้เยี่ยมเยือน	**527,440**	**451,129**	**478,222**	**719,608**	**761,823**	**804,161**	**859,083**
ชาวไทย	474,733	400,905	444,477	643,256	687,412	727,765	780,159
ชาวต่างประเทศ	52,707	50,224	33,745	76,352	74,411	76,396	78,924
ลำพูน							
ผู้เยี่ยมเยือน	**397,100**	**445,579**	**543,381**	**860,843**	**933,661**	**968,899**	**1,059,019**

รายการ	จำนวนผู้เยี่ยมเยือน ภาคเหนือตอนบน 1 พ.ศ. 2552 – 2558 (หน่วย:คน)						
	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558p
	(2009)	(2010)	(2011)	(2012)	(2013)	(2014)	(2015)
ชาวไทย	359,898	436,537	531,938	820,137	891,876	925,827	1,012,809
ชาวต่างประเทศ	37,202	9,042	11,443	40,706	41,785	43,072	46,210

ตารางที่ 3.7-11: จำนวนรายได้จากการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ปี 2552 – 2558

รายการ	รายได้จากการท่องเที่ยว ภาคเหนือตอนบน 1 พ.ศ. 2552 – 2558 (หน่วย:ล้านบาท)						
	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558p
	(2009)	(2010)	(2011)	(2012)	(2013)	(2014)	(2015)
ทั่วราชอาณาจักร							
ผู้เยี่ยมเยือน	**716,105**	**904,376**	**1,109,348**	**1,349,793**	**1,531,092**	**1,605,701**	**1,861,873**
ชาวไทย	264,781	402,574	483,225	588,865	660,715	703,664	803,785
ชาวต่างประเทศ	451,324	501,802	626,124	760,928	870,378	902,038	1,058,088
เชียงใหม่							
ผู้เยี่ยมเยือน	**32,606**	**39,507**	**43,070**	**53,864**	**58,551**	**73,757**	**82,570**
ชาวไทย	19,112	20,976	23,974	32,531	36,542	48,560	53,690
ชาวต่างประเทศ	13,494	18,531	19,096	21,333	22,009	25,197	28,880
แม่ฮ่องสอน							
ผู้เยี่ยมเยือน	**2,435**	**2,170**	**2,093**	**2,620**	**3,332**	**3,459**	**3,792**
ชาวไทย	1,261	1,272	1,169	1,435	2,003	2,100	2,309
ชาวต่างประเทศ	1,175	897	924	1,185	1,330	1,359	1,483
ลำปาง							
ผู้เยี่ยมเยือน	**1,005**	**1,205**	**1,334**	**2,130**	**2,345**	**2,505**	**2,805**
ชาวไทย	878	981	1,209	1,790	2,014	2,161	2,436
ชาวต่างประเทศ	127	224	125	340	331	344	369
ลำพูน							
ผู้เยี่ยมเยือน	**339**	**436**	**540**	**930**	**1,077**	**1,152**	**1,336**
ชาวไทย	309	420	519	881	1,027	1,099	1,277
ชาวต่างประเทศ	30	16	21	49	50	53	59

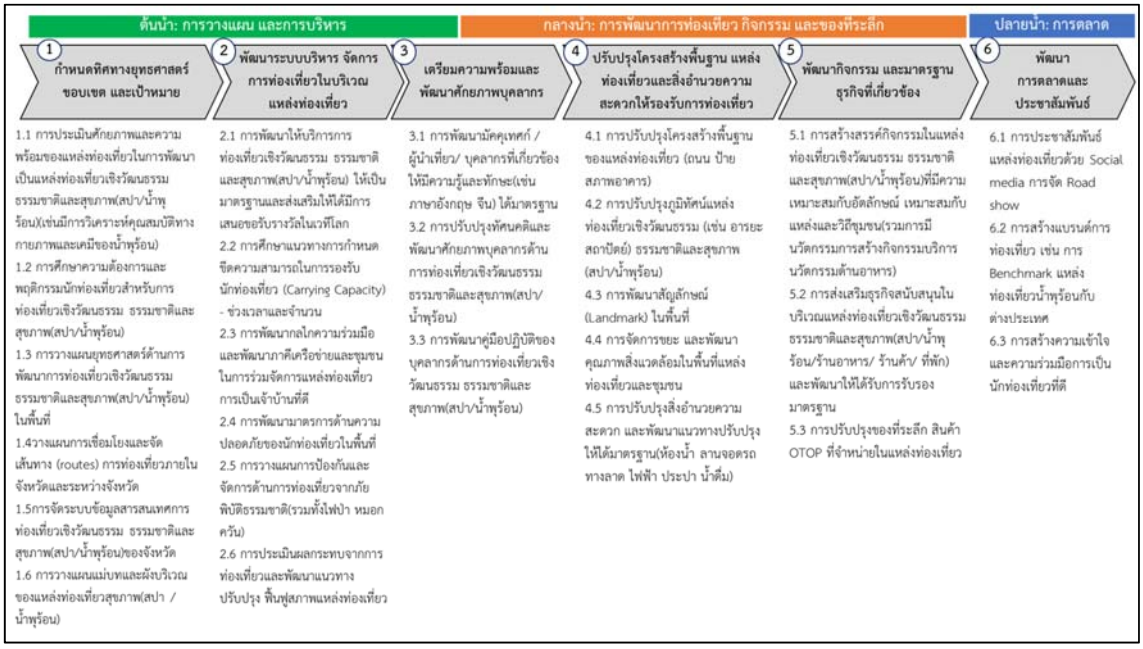
ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.7-3: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ (สปา/น้ำพุร้อน) ของจังหวัดเชียงใหม่



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.7-12: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[5]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
3.1 และ 3.2	1. โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว และบริการสุขภาพ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่	1. พัฒนาบุคลากรวิชาชีพการท่องเที่ยวอาเซียนตามข้อตกลงร่วมว่าด้วยการยอมรับคุณสมบัติบุคลากรวิชาชีพ MRA 2. ประสานความร่วมมือการพัฒนาแรงงานวิชาชีพและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสอดคล้องกับการขยายตัวธุรกิจการท่องเที่ยว (CHIANGMAI HOTEL & TOURISM EXPO) 3. สำรวจ ประเมิน เพื่อรับรองสถานประกอบการ และแหล่งท่องเที่ยว ตามมาตรฐานกรมการท่องเที่ยว 4. ส่งเสริมการบริการท่องเที่ยวและบริการสุขภาพสู่มาตรฐานสากล

[5] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
5.1 และ 6.1	2. โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนและท้องถิ่น	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่	1. ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน 2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าจังหวัดเชียงใหม่ 3. ฟื้นฟู และอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวรวมถึงวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (วัดศรีสุพรรณ) 4. พัฒนาอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
4.1	3. โครงการพัฒนาศักยภาพโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และบริการสุขภาพ	อปท.	กิจกรรม 1. พัฒนาและปรับปรุงเส้นทางการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยง (140 กิจกรรมย่อย) 2. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการสุขภาพ
5.1 และ 5.2	4. โครงการยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่สู่สากล	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่	กิจกรรม 1. พัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่สู่การเป็นหนึ่งในการท่องเที่ยว NETWORT IT CITY 2. เชียงใหม่ MICE CITY 3. มหัศจรรย์เชียงใหม่ผจญภัยนานาชาติ เพื่อรองรับการเกิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC 4. เชียงใหม่เมืองดนตรี (MUSIC of CITY) 5. ท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Longstay)

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.4 และ 5.1 และ 5.2 และ 6.1	5. โครงการส่งเสริมและเชื่อมโยงการประชาสัมพันธ์และการตลาดทางการท่องเที่ยวและบริการสุขภาพ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่	กิจกรรม 1. ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ (Chiang Mai Travel Mart 2018) CTM 2018 2. ส่งเสริมเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้านเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน AEC (กิ่วผาวอก-สันต้นดู่-หลักแต่ง) 3. ส่งเสริมจังหวัดเชียงใหม่ศูนย์กลางตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬาสู่นานาชาติ 4. เชียงใหม่ไชน่าทาวน์ ไทยแลนด์ ครั้งที่ 3 ประจำปี 2561 5.ส่งเสริมการจัดกิจกรรมต้อนรับเทศกาลการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 6. ส่งเสริมการตลาดสินค้าและบริการท่องเที่ยวภายในประเทศ 7. ส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกับพันธมิตรกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (GMS) 8. ส่งเสริมการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวย่านการค้า – หัตถกรรมในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (GMS) 9. ส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว ด้านหัตถกรรมขยายฐานบริการการขายภายในประเทศ
4.1	6. โครงการพัฒนาถนนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและขนส่งสินค้าเกษตร	สนง.จังหวัดเชียงใหม่ /ที่ทำการปกครองอำเภอและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ปรับปรุงถนนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและขนส่งสินค้าเกษตร
2.4 และ 2.5	7. โครงการเพิ่มศักยภาพการดำเนินการลดอุบัติเหตุทางถนนจังหวัดเชียงใหม่	สนง.ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดเชียงใหม่	เพิ่มศักยภาพบุคลากรและสนับสนุนอุปกรณ์เพื่อการดำเนินการลดอุบัติเหตุทางถนนจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
3.2	8. โครงการออกจัดระเบียบคนเร่ร่อน ไร้ที่พึ่ง และขอทาน	สนง.พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดเชียงใหม่และศูนย์คุ้มครองคนไร้ที่พึ่งจังหวัดเชียงใหม่	จัดระเบียบคนเร่ร่อน ไร้ที่พึ่ง และขอทาน
5.1และ 5.2	9. โครงการหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการท่องเที่ยวต้นแบบ	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงใหม่	ส่งเสริมและพัฒนาหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการท่องเที่ยวต้นแบบ
5.1	10. โครงการมหัศจรรย์เชียงใหม่ผจญภัยนานาชาติ เพื่อรองรับการเกิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC	สนง.การท่องเที่ยว-กีฬาจังหวัดเชียงใหม่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	จัดกิจกรรมมหัศจรรย์เชียงใหม่ผจญภัยนานาชาติเพื่อรองรับการเกิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC
2.3	11. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าจังหวัดเชียงใหม่	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าจังหวัดเชียงใหม่
5.1	12. โครงการเที่ยวเวียงท่ากานสืบสานเกษตรพอเพียง	สนง.จังหวัดเชียงใหม่และสนง.พัฒนาที่ดินเขต 6	พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเวียงท่ากานเพื่อสืบสานเกษตรพอเพียง
2.3	13. โครงการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน	สนง.การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ให้ความรู้และจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน
5.1	14. โครงการส่งเสริมการจัดกิจกรรมต้อนรับเทศกาลการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	สร้างสรรค์และจัดกิจกรรมต้อนรับเทศกาลการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.2	15. โครงการศึกษาแนวทางเกี่ยวกับข้อกำหนดหรือเงื่อนไขเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว เพื่อการพำนักระยะยาว (Long Stay)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ศึกษาและจัดทำแนวทางเกี่ยวกับข้อกำหนดหรือเงื่อนไข เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวให้เป็นการพำนักระยะยาว (Long Stay)
5.1	16. โครงการเชียงใหม่ไชน่าทาวน์ไทยแลนด์ ครั้งที่ 2 ประจำปี 2559	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	จัดกิจกรรมเชียงใหม่ไชน่าทาวน์ไทยแลนด์ ครั้งที่ 2 ประจำปี 2559
2.4	17. โครงการสร้างระบบตรวจจับอาชญากรในเมืองด้วยระบบเทคโนโลยี "สายตรวจอิเลคทรอนิคส์"	ตำรวจภูธรจังหวัดเชียงใหม่	พัฒนาและจัดทำระบบตรวจจับอาชญากรในเมืองด้วยระบบเทคโนโลยี "สายตรวจอิเลคทรอนิคส์"
2.4	18. โครงการยกระดับมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยด้วยการจัดทำห้องข่าวสาร CCOC	ตำรวจภูธรจังหวัดเชียงใหม่	ยกระดับมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยด้วยการจัดทำห้องข่าวสาร CCOC
2.1	19. โครงการยกระดับแหล่งท่องเที่ยวได้มาตรฐาน AEC Tourism Village (บ้านถวาย)	สนง.การท่องเที่ยว-กีฬาจังหวัดเชียงใหม่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ปรับปรุงเพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยว(บ้านถวาย) ให้ได้มาตรฐาน AEC Tourism Village
1.1	20. โครงการสำรวจประเมิน เพื่อรับรองสถานประกอบการ และแหล่งท่องเที่ยวตามมาตรฐานกรมการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	สำรวจและประเมินผลเพื่อรับรองสถานประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวตามมาตรฐานกรมการท่องเที่ยว
6.1 และ 6.2	21. โครงการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสู่	สนง.วัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่	เผยแพร่องค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสู่สากลด้วยระบบ QR Code

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
	สากลด้วยระบบ QR Code		
2.3 และ 2.4	22. โครงการฝึกอบรมชุมชนเคลื่อนที่เร็วเพื่อปราบปรามอาชญากรรม Small Unit	ตำรวจภูธรจังหวัดเชียงใหม่	ฝึกอบรมชุมชนเคลื่อนที่เร็วเพื่อปราบปรามอาชญากรรม Small Unit
3.1	23. โครงการสร้างบุคคลากรทรงคุณภาพรับมือภัยไซเบอร์ Cyber Crimes	ตำรวจภูธรจังหวัดเชียงใหม่	พัฒนาบุคคลากรให้มีศักยภาพสามารถรับมือภัยไซเบอร์ Cyber Crimes
5.1 และ 6.1	24. โครงการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ Chiang Mai Travel Mart 2016 (CTM 2016)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่
1.4	25. โครงการส่งเสริมเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อรองรับประชาคมอาเซียน AEC (กิ่วผาวอก-สันต้นดู่-หลักแต่ง)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ปรับปรุงเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อรองรับประชาคมอาเซียน AEC (กิ่วผาวอก-สันต้นดู่-หลักแต่ง)
5.1 และ 5.2	26. โครงการส่งเสริมจังหวัดเชียงใหม่ศูนย์กลางตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬาสู่นานาชาติ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ส่งเสริมและพัฒนาให้จังหวัดเชียงใหม่ศูนย์กลางตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬาสู่นานาชาติ
3.1 และ 3.3	27. โครงการสร้างองค์ความรู้ศิลปวัฒนธรรมเพื่อ	สนง.จังหวัดเชียงใหม่	สร้างองค์ความรู้ศิลปวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
	การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		
2.4	28. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพในการด้านการรักษาความสงบเรียบร้อยและการป้องกันภัยคุกคามสมัยใหม่	ตำรวจภูธรจังหวัดเชียงใหม่	เพิ่มประสิทธิภาพในการด้านการรักษาความสงบเรียบร้อยและการป้องกันภัยคุกคามสมัยใหม่
2.4	29. โครงการจัดระเบียบสังคม เฝ้าระวัง ป้องกันปราบปรามและคุ้มครองกลุ่มเสี่ยงในสถานประกอบการและจุดเสี่ยงต่อการค้ามนุษย์	ที่ทำการปกครองจังหวัดเชียงใหม่และตำรวจภูธรจังหวัดเชียงใหม่	จัดระเบียบสังคม เฝ้าระวัง ป้องกันปราบปรามและคุ้มครองกลุ่มเสี่ยงในสถานประกอบการและจุดเสี่ยงต่อการค้ามนุษย์
2.3 และ 2.4	30. โครงการบูรณาการแก้ไขปัญหาสังคมโดยตรวจตราจัดระเบียบสังคมในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่	ตำรวจภูธรจังหวัดเชียงใหม่	บูรณาการแก้ไขปัญหาสังคมโดยตรวจตราจัดระเบียบสังคมในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่
6.2	31. โครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่
5.1 และ 5.2	32. โครงการส่งเสริมฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรม Halal Smart Tourism	สนง.จังหวัดเชียงใหม่และหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่	ส่งเสริมฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม
5.1	33. โครงการนำร่องเศรษฐกิจดิจิตอลจังหวัด	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่	พัฒนาระบบเศรษฐกิจดิจิตอลจังหวัดเชียงใหม่เป็นการนำร่องเพื่อการท่องเที่ยวอัจฉริยะ

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
	เชียงใหม่ เพื่อการท่องเที่ยวอัจฉริยะ	และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	
3.1 และ 3.3	34. โครงการประสานความร่วมมือการพัฒนาแรงงานวิชาชีพและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสอดคล้องกับการขยายตัวธุรกิจการท่องเที่ยว (CHIANGMAI HOTEL & TOURISM EXPO)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ประสานความร่วมมือการพัฒนาแรงงานวิชาชีพและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสอดคล้องกับการขยายตัวธุรกิจการท่องเที่ยว
6.1	35. โครงการสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมบริการด้านสุขภาพ จังหวัดเชียงใหม่	สนง.จังหวัดเชียงใหม่	จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมบริการด้านสุขภาพ จังหวัดเชียงใหม่
4.1	36. โครงการพัฒนาเส้นทางคมนาคมสายหลัก/สายรองในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่	สนง.จังหวัดเชียงใหม่/ที่ทำการปกครองอำเภอและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	พัฒนาเส้นทางคมนาคมสายหลัก/สายรองในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่
6.2	37. โครงการพัฒนาตลาดท่องเที่ยวเพื่อการบำบัดรักษาและเพื่อความงาม	สนง.จังหวัดเชียงใหม่	พัฒนาตลาดท่องเที่ยวเพื่อการบำบัดรักษาและเพื่อความงาม
3.2 และ 3.3	38. โครงการพัฒนาศักยภาพธุรกิจท่องเที่ยวแบบองค์รวม เพื่อการบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism)	สนง.จังหวัดเชียงใหม่	พัฒนาศักยภาพธุรกิจท่องเที่ยวแบบองค์รวมเพื่อการบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing)
3.2	39. โครงการฟื้นฟู และอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวรวมถึงวิถีชีวิต	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่	ฟื้นฟู และอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวรวมถึงวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (วัดศรีสุพรรณ)

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
	ดั้งเดิมของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (วัดศรีสุพรรณ)	และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	
5.1 และ 5.2 และ 6.2	40. โครงการพัฒนาอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	พัฒนาอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
1.5	41. โครงการพัฒนาระบบคลังข้อมูลเพื่อส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	สนง.จังหวัดเชียงใหม่	พัฒนาและจัดทำระบบคลังข้อมูลเพื่อส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่
4.1 และ 4.5	42. โครงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและส่งเสริมเส้นทางแหล่งน้ำพุร้อนจังหวัดเชียงใหม่	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและส่งเสริมเส้นทางแหล่งน้ำพุร้อนจังหวัดเชียงใหม่
6.1 และ 6.3	43. โครงการพัฒนาแอพพลิเคชัน CM-MAP เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	พัฒนาแอพพลิเคชัน CM-MAP เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.7-13: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย	1.1 การประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน)(เช่นมีการวิเคราะห์คุณสมบัติทางกายภาพและเคมีของน้ำพุร้อน) 1.6 การวางแผนแม่บทและผังบริเวณของแหล่งท่องเที่ยวสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน)
2. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	2.3 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายและชุมชนในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยวการเป็นเจ้าบ้านที่ดี
3. เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	3.1 การพัฒนามัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว/ บุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้และทักษะ (เช่นภาษาอังกฤษ จีน) ได้มาตรฐาน 3.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน)
5. พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	5.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ (สปา/น้ำพุร้อน)ที่มีความเหมาะสมกับอัตลักษณ์ เหมาะสมกับแหล่งและวิถีชุมชน (รวมการมีนวัตกรรมการสร้างกิจกรรมบริการ นวัตกรรมด้านอาหาร) 5.2 การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน/ร้านอาหาร/ ร้านค้า/ ที่พัก) และพัฒนาให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน
6. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	6.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวด้วย Social media การจัด Road show 6.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว เช่น การBenchmark แหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนกับต่างประเทศ 6.3 การสร้างความเข้าใจและความร่วมมือการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี

แผนภาพที่ 3.7-4: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน) ของจังหวัดเชียงใหม่

หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดเชียงใหม่

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.7-14: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[6]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1, 2.3, 3.1, 3.3, 5.1, 5.2, 6.1, 6.2, 6.3	1. พัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	การประเมินศักยภาพของแหล่งฯ / การพัฒนาความร่วมมือเครือข่าย / ชุมชน การเตรียมความพร้อมศักยภาพบุคลากร การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งส่งเสริมกิจกรรมและธุรกิจสนับสนุน การตลาดและประชาสัมพันธ์	สนง.วัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ และ สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่
1.1, 2.3, 3.1, 3.3, 5.1, 5.2, 6.1, 6.2, 6.3	2. โครงการ ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัดเชียงใหม่สู่ความเป็นสุดยอดล้านนา	กำหนดทิศทาง / สินค้าและบริการ / กำหนด Zoning / เส้นทางเชื่อมโยง / จัดลำดับความสำคัญเร่งด่วนการพัฒนาและบูรณาการเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ กับพื้นที่ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ (ทั้ง 6 ด้านที่กล่าวมา) จังหวัดเชียงใหม่มี 28 อำเภอ แบ่งโซนนิ่งคือ โซนเหนือ , โซนกลาง , โซนใต้ ในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัดเชียงใหม่	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่
1.1, 1.6, 2.3, 3.1, 3.3, 5.1, 5.2, 6.1, 6.2, 6.3	3. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สปาและเส้นทางท่องเที่ยวน้ำพุร้อนเชียงใหม่	การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและเส้นทางคมนาคม/ การพัฒนาศักยภาพแหล่งน้ำพุร้อน/ การวางผังและแบบสถาปัตยกรรมน้ำพุร้อน/ การพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศ/ การพัฒนาอัตลักษณ์และรูปแบบบริการ/ การพัฒนาบุคลากร/ การบริหารจัดการ/ การประเมินคุณภาพมาตรฐานกรมการท่องเที่ยว/ และผลิตภัณฑ์สุขภาพ/ การพัฒนาความเข้มแข็งชุมชนและการจัดการท่องเที่ยวชุมชน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่และ สนง.สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่

[6] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

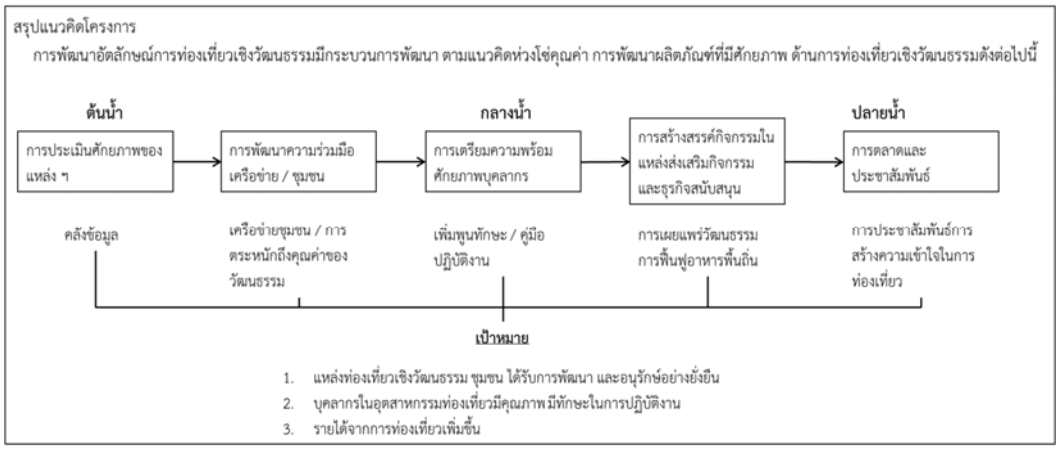
- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: 1. โครงการ พัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

จังหวัดเชียงใหม่ ถือได้ว่าเป็นจุดยุทธศาสตร์ที่สำคัญแห่งหนึ่งด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากเชียงใหม่ มีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลายโดยเฉพาะด้านวัฒนธรรมล้านนา ที่มีการสืบทอดกันมาเป็นระยะเวลาหลายร้อยปี ดังนั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว และอนุรักษ์ทรัพยากรทางวัฒนธรรม รวมถึงวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน ที่อาจสูญหายไปตามกาลเวลา จึงต้องมีการพัฒนา อัตลักษณ์ของการท่องเที่ยงเชิงวัฒนธรรม ให้สามารถเป็นที่รู้จักในวงกว้าง โดยยังดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ และวถีชีวิตชุมชนดั้งเดิมอีกทั้งเป็นการส่งเสริมการรับรู้ในเชิงพื้นที่ให้แก่นักท่องเที่ยวและผู้สนใจ ให้รู้รักการเข้าไปมีส่วนร่วม เรียนรู้ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา รวมถึงประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างเป็นรูปธรรมและก่อให้เกิดความยั่งยืนในอนาคตสืบไป

สรุปแนวคิดโครงการ



สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. กิจกรรมสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนะธรรมที่มีศักยภาพและจัดทำคลังข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนะธรรม
2. การพัฒนาความร่วมมือเครือข่าย / ชุมชน กิจกรรมย่อยดังนี้
3. การเตรียมความพร้อมศักยภาพบุคลากร กิจกรรมย่อยดังนี้
4. การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งส่งเสริมกิจกรรมและธุรกิจสนับสนุน กิจกรรมย่อยดังนี้
5. การพัฒนาตลาดและการประชาสัมพันธ์

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. การสำรวจ / ศึกษา / คลังข้อมูล – สถาบันการศึกษา
2. พัฒนาเครือข่าย / องค์ความรู้ / คุณค่า ในชุมชน – เครือข่ายท่องเที่ยวชุมชน
3. พัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้อง – สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ / สมาคมมัคคุเทศก์
4. สร้างกิจกรรมในแหล่ง – เครือข่ายท่องเที่ยวชุมชน / สถาบันพลศึกษา / ชมรมภัตตาคาร
5. การตลาดและประชาสัมพันธ์ – ททท.

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่

ผลลัพธ์: 1) วัฒนธรรม จังหวัดเชียงใหม่ที่เพิ่มขึ้น 2) นักท่องเที่ยวพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ (แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้าและบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก)
ผลผลิต: 1) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพตามมาตรฐาน 2) กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม (กิจกรรมเดิมและรังสรรค์ใหม่) ที่จัดในแต่ละปี 3) นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ที่เพิ่มขึ้น
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1) ร้อยละของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพตามมาตรฐานเพิ่มขึ้น 2) จำนวนกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม (กิจกรรมเดิมและรังสรรค์ใหม่) ที่จัดในแต่ละปี 3) ร้อยละของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ที่เพิ่มขึ้น 4) ร้อยละของรายได้จากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ที่เพิ่มขึ้น 5) ร้อยละของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ (แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้าและบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
กิจกรรมที่ 1 สำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีศักยภาพและจัดทำคลังข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม				สถาบันการศึกษา	
กิจกรรมที่ 2 การพัฒนาความร่วมมือเครือข่าย / ชุมชน กิจกรรมย่อยดังนี้ 1) การพัฒนาเครือข่ายการอนุรักษ์องค์ความรู้ทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา 2) กิจกรรมเสริมสร้างจิตสำนึกและการเรียนรู้คุณค่าของแหล่งวัฒนธรรมให้แก่ชุมชนท้องถิ่นโดยรอบแหล่ง				เครือข่ายท่องเที่ยวชุมชน	
กิจกรรมที่ 3 การเตรียมความพร้อมศักยภาพบุคลากร กิจกรรมย่อยดังนี้				สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1) การพัฒนาศักยภาพผู้นำเที่ยว เพื่อรองรับการท่องเที่ยวระดับนานาชาติ (ทักษะด้านภาษาและทักษะด้านวิชาชีพ) 2) การประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวฯ ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม				และมัคคุเทศก์ / สมาคมมัคคุเทศก์	
กิจกรรมที่ 4 การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งส่งเสริมกิจกรรมและธุรกิจสนับสนุน กิจกรรมย่อยดังนี้ 1) กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนและวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ 2) กิจกรรมส่งเสริมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (วิ่ง / ปั่น) 3) กิจกรรมยกระดับอาหาร พื้นถิ่น				เครือข่ายท่องเที่ยวชุมชน / สถาบันพลศึกษา / ชมรมภัตตาคาร	
กิจกรรมที่ 5 การพัฒนาตลาดและการประชาสัมพันธ์ 1) ผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (โบว์ชัว, VTR) 2) จัดมหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชุมชน (Road show) 3) จัดทำคู่มือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (A Cultural Travel Guide to Lanna)				ททท.สนง. เชียงใหม่	

ชื่อโครงการ: 2. โครงการ ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัดเชียงใหม่ สู่ความเป็นสุดยอดล้านนา

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

คำแถลงนโยบายคณะรัฐมนตรี 12 กันยายน 2557 ในการบริหารราชการแผ่นดิน ในข้อที่ 6 การเพิ่มศักยภาพทางเศรษกิจของประเทศ ข้อ 6.6 ในด้านการชักจูงให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยและสร้างสิ่งจูงใจ และอำนวยความสะดวกที่เกื้อกูลบรรยากาศการท่องเที่ยว อีกทั้งนโยบายการสร้างรายได้ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุกเพื่อสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวทั้งระดับภายในและระหว่างประเทศเพื่อให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก ศูนย์กลางการท่องเที่ยวหลายๆ ด้าน เช่น เชิงสุขภาพ, ธรรมชาติ, วัฒนธรรม

โดยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เนื่องจากเป็นสิ่งที่มีอยู่และเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติจังหวัดเชียงใหม่ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อยู่มากกมาย มีความหลากหลายและสวยงาน ไม่ว่าจะเป็น น้ำตก , แหล่งน้ำ, ภูเขา, โป่งร้อน, ป่าไม้ ฯลฯ เป็นจุดดึงดูดสำคัญด้านการท่องเที่ยว สามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับจังหวัดเชียงใหม่ แต่การเปิดพื้นที่ธรรมชาติ เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์หรือขาดการจัดการที่ดีทำให้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเกิดความเสื่อมโทรม และส่งผลกระทบทางลบต่อการท่องเที่ยวในที่สุด ดังนั้น ควรมีการพัฒนาและส่งเสริมทั้ง ต้นน้ำ การกำหนดทิศทางแผนการดำเนินงาน / พัฒนาระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว / เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร กลางน้ำ ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว / พัฒนากิจกรรมและมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และปลายน้ำ พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัดเชียงใหม่

สรุปแนวคิดโครงการ

- จังหวัดเชียงใหม่ เป็นเมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ และความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยว มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ จึงเห็นควรกำหนดทิศทาง / สินค้าและบริการ / กำหนด Zoning / เส้นทางเชื่อมโยง / จัดลำดับความสำคัญเร่งด่วนการพัฒนา และบูรณาการเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ กับพื้นที่ ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ (ทั้ง 6 ด้านที่กล่าวมา)
- จังหวัดเชียงใหม่มี 28 อำเภอ แบ่งโซนนิ่งคือ โซนเหนือ , โซนกลาง , โซนใต้ ในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัดเชียงใหม่

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. จัดทำแผนแม่บทประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัดเชียงใหม่ 3 ระยะ สั้น / กลาง / ยาว
2. ประชุมเชิงปฏิบัติการในการพัฒนากลไกความร่วมมือและพัฒนาภาคีเครือข่าย ทั้งภาครัฐ / เอกชน / ชุมชน
3. จัดทำคู่มือการปฏิบัติของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ
4. อบรมให้ความรู้แก่บุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ
5. ออกแบบและจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เช่น Lanna Framtrip, Lanna Adventure, กิจกรรมแสดงผลงานท่องเที่ยวตามรอยพระบาทโครงการหลวง
6. กิจกรรมประชาสัมพันธ์
7. จัดกิจกรรม Road Show ภายในและนอกประเทศ / แถลงข่าว

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตามกิจกรรมต่างๆดังนี้

1. สถาบันการศึกษา/สนง.ทรัพยากร ธรรมชาติฯจังหวัดเชียงใหม่/สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่/ททท.สนง.เชียงใหม่
2. สนง.ทรัพยากร ธรรมชาติฯจังหวัดเชียงใหม่/สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่/อปท./CBT

3. สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่/ททท.สนง.เชียงใหม่
4. สถาบันการศึกษา/สนง.ทรัพยากร ธรรมชาติฯจังหวัดเชียงใหม่/สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่/ททท.สนง.เชียงใหม่ /อปท.
5. สนง.ทรัพยากร ธรรมชาติฯจังหวัดเชียงใหม่/สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่/ททท.สนง.เชียงใหม่ /อำเภอ/อปท./โครงการหลวง
6. สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่/ททท.สนง.เชียงใหม่
7. สนง.ทรัพยากร ธรรมชาติฯจังหวัดเชียงใหม่/สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่/ททท.สนง.เชียงใหม่/โครงการหลวง/สมาคมต่างๆ/CBT

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่

ผลลัพธ์:

1) รายได้จากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติจังหวัดเชียงใหม่ที่เพิ่มขึ้น
2) นักท่องเที่ยวพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติจังหวัดเชียงใหม่(แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้าและบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก)

ผลผลิต:

1) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพตามมาตรฐาน
2) กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (กิจกรรมเดิมและรังสรรค์ใหม่) ที่จัดในแต่ละปี
3) นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติจังหวัดเชียงใหม่ที่เพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดของโครงการ:

1) ร้อยละของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพตามมาตรฐานเพิ่มขึ้น
2) จำนวนกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (กิจกรรมเดิมและรังสรรค์ใหม่) ที่จัดในแต่ละปี
3) ร้อยละของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติจังหวัดเชียงใหม่ที่เพิ่มขึ้น
4) ร้อยละของรายได้จากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติจังหวัดเชียงใหม่ที่เพิ่มขึ้น
5) ร้อยละของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติจังหวัดเชียงใหม่(แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้าและบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
กิจกรรมที่ 1 จัดทำแผนแม่บทประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัดเชียงใหม่ 3 ระยะ สั้น / กลาง / ยาว 1) สำรวจเส้นทางการท่องเที่ยว แบ่งเป็น โซนเหนือ โซนกลาง และโซนใต้ 2) รวบรวมข้อมูลและฐานข้อมูลตามเส้นทางธรรมชาติ 3) ศึกษาโอกาสและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติสู่ความเป็นสุดยอดล้านนา 4) ประชุมระดบสมอง เพื่อจัดทำแผนแม่บท 5) ประชุมนำเสนอแผนแม่บท จำนวน 2 ครั้ง (นำเสนอ และแบ่งเฟสแผนแม่บท)	ต.ค.61-ก.ย.62			สถาบันการศึกษา/สนง.ทรัพยากร ธรรมชาติฯ จังหวัดเชียงใหม่/ สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่/ททท. สนง.เชียงใหม่	
กิจกรรมที่ 2 ประชุมเชิงปฏิบัติการในการพัฒนากลไกความร่วมมือและพัฒนาภาคีเครือข่าย ทั้งภาครัฐ / เอกชน / ชุมชน	ต.ค.61-ก.ย.62			สนง.ทรัพยากรธรรมชาติฯจังหวัดเชียงใหม่/ สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่/อปท./ CBT	
กิจกรรมที่ 3 จัดทำคู่มือการปฏิบัติของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	ต.ค.61-ก.ย.62			สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่/ททท. สนง.เชียงใหม่	
กิจกรรมที่ 4 อบรมให้ความรู้แก่บุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	ต.ค.61-ก.ย.62			สถาบันการศึกษา/สนง.ทรัพยากร ธรรมชาติฯ จังหวัดเชียงใหม่/ สนง.ท่องเที่ยวและกีฬา	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
				จังหวัดเชียงใหม่/ททท. สนง.เชียงใหม่ /อปท.	
กิจกรรมที่ 5 ออกแบบและจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เช่น Lanna Framtrip, Lanna Adventure, กิจกรรมแสดงผลงานท่องเที่ยวตามรอยพระบาทโครงการหลวง	ต.ค.61-ก.ย.62			สนง.ทรัพยากรธรรมชาติฯจังหวัดเชียงใหม่/สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่/ททท.สนง.เชียงใหม่ /อำเภอ/อปท./โครงการหลวง	
กิจกรรมที่ 6 กิจกรรมประชาสัมพันธ์ 1) ออกแบบ จัดทำคู่มือและแผ่นพับ ด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ 3 ภาษา (ไทย , จีน , อังกฤษ) 2) ผลิตสื่อ VD ทัศน์ประชาสัมพันธ์ผ่าน Website ที่เป็นที่รู้จัก	ต.ค.61-ก.ย.62			สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่/ททท. สนง.เชียงใหม่	
กิจกรรมที่ 7 จัดกิจกรรม Road Show ภายในและนอกประเทศ / แถลงข่าว	ต.ค.61-ก.ย.62			สนง.ทรัพยากรธรรมชาติฯจังหวัดเชียงใหม่/สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่/ททท.สนง.เชียงใหม่/โครงการหลวง/สมาคมต่างๆ/CBT	

ชื่อโครงการ: 3. โครงการ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สปาและเส้นทางท่องเที่ยวน้ำพุร้อนเชียงใหม่

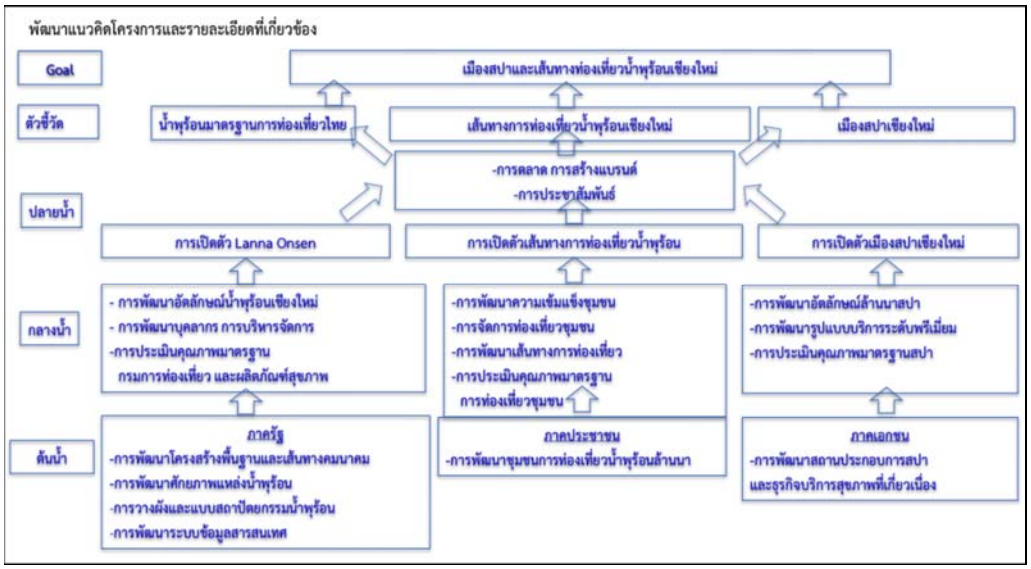
ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ในปี 2558 นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุสร้างรายได้ให้ประเทศไทยรวม 195,891 ล้านบาท หรือ 8.66% ของรายได้จากการท่องเที่ยว คิดเป็นต่างชาติจำนวน 3,628,758 คน สร้างรายได้ 183,869 ล้านบาท และคนไทย จำนวน 4,810,464 คน สร้างรายได้ 12,022 ล้านบาทผู้เกษียณอายุต่างชาตินิยมไปใช้ชีวิตมากที่สุดเลือก “ไทย” เป็นอันดับ 1 ในเอเชีย โดยชาวญี่ปุ่นนิยมใช้ชีวิตที่เชียงใหม่มากที่สุด ผู้สูงอายุกลุ่มนี้และนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มนี้มีวัฒนธรรมการแช่น้ำพุร้อน หรือ onsenอย่างยาวนาน และยังคงมีความต้องการเมื่อมาใช้ชีวิตในประเทศไทย โดยเฉพาะในเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่มีแหล่งน้ำพุร้อน 21 แห่ง ปัจจุบันปัญหาในการพัฒนาแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ มีหลายประการอาทิเช่น ไม่มีการศึกษาเพื่อตรวจสอบคุณภาพของน้ำพุร้อน แหล่งบริการยังไม่ได้มาตรฐานความสะอาด ความปลอดภัย นักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นคนในท้องที่ ใช้บริการแช่เท้า แช่ตัว แต่ยังขาดธุรกิจให้บริการ ผู้ประกอบการเองก็ยังขาดความรู้ความเข้าใจ ประสบการณ์ในการบริหารจัดการและขาดงบประมาณ ขาดแผนการตลาดและการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้การใช้ประโยชน์จากน้ำพุร้อนไม่ตรงกับศักยภาพที่แท้จริง โดยธุรกิจเพื่อสุขภาพอันหนึ่งที่สามารถเชื่อมโยงเป็นบริการในแหล่งน้ำพุร้อน หรือใช้น้ำพุร้อนเป็นองค์ประกอบของบริการคือ ธุรกิจสปา

ปัจจุบันตลาดสปาทั่วโลกมีรายได้ประมาณ 73,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และขยายตัวร้อยละ 20 โดยตลาดสปาที่ขยายตัวสูงสุดคือ เอเชีย โดยมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ต่อปี ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 มีผู้ประกอบการสปาเพื่อสุขภาพทั้งสิ้น 59 ราย ผู้ประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ 316 ราย สมาคมไทยล้านนาสปาได้ให้ข้อมูลรายได้ที่เกิดจากบริการประเภท Day spa ของสมาคมฯ มีมูลค่านับกว่า 700 ล้านบาทต่อปี และมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 20 ต่อปี ยังไม่นับรวมธุรกิจการนวดเพื่อสุขภาพที่มีรายได้มากกว่า 1,000 ล้านบาทต่อปี (สมาคมนวดแผนไทยจังหวัดเชียงใหม่) รวมถึงรายได้จากธุรกิจต่อเนื่อง เช่น โรงแรมและ resort ทั้งนี้ธุรกิจสปาและน้ำพุร้อนยังเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสุขภาพและความงาม ซึ่งปัจจุบันมีผู้ประกอบการจำนวนหลายกลุ่มอาทิเช่น สมาคมส่งเสริมบริการสุขภาพ สมาคมไทยล้านนาสปา สมาคมนวดแผนไทยจังหวัดเชียงใหม่ สมาพันธ์การแพทย์แผนไทยล้านนา สมาคมการแพทย์แผนไทยเชียงใหม่ สมาคมเครื่องสำอางสมุนไพรล้านนา ชมรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

สรุปแนวคิดโครงการ



สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1) การประเมินศักยภาพและความพร้อมของน้ำพุร้อนและสปาในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2) การวางแผนแม่บทและผังบริเวณของแหล่งท่องเที่ยวสุขภาพประเภทสปาและน้ำพุร้อน

3) การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายและชุมชนในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านสุขภาพ และท่องเที่ยว(สปา/น้ำพุร้อน)

4) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการบริการสปาและน้ำพุร้อนเพื่อสุขภาพ (การพัฒนามัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว/ บุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้และทักษะให้ได้มาตรฐาน)

5) การพัฒนาคู่มือปฏิบัติของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (สปา/น้ำพุร้อน)

6) การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน) ที่มีอัตลักษณ์ เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชุมชน

7) การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน/ร้านอาหาร/ ร้านค้า/ ที่พัก) และพัฒนาให้ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

8) การประชาสัมพันธ์และการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวน้ำพุร้อนและสปาและธุรกิจเพื่อสุขภาพสู่ตลาดโลก

9) เชียงใหม่เมืองแห่งสุขภาพองค์รวม แห่งอาเซี่ยน Chiang Mai, Asean Wellness City

10) Chiang Mai Spa Awards

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

1. สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่/สนง.สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่
2. สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่16/สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่/คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
3. สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่/สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่16/สนง.สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่
4. สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ / สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน 19เชียงใหม่ / สนง.สาธารณสุขเชียงใหม่ / สมาคมไทยล้านนาสปา / ชมรมผู้ประกอบการนวดสุขภาพเชียงใหม่ / สมาคมนวดแผนไทยเชียงใหม่ / มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
5. สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ /สนง.สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ / มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
6. สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ / สนง.สาธารณสุขเชียงใหม่ / สมาคมไทยล้านนาสปา / มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
7. สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ / สนง.สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่

8.-10. สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ / สนง.พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ / สนง.สาธารณสุขเชียงใหม่ / สมาคมไทยล้านนาสปา/ชมรมผู้ประกอบการนวดสุขภาพเชียงใหม่ / สมาคมนวดแผนไทยเชียงใหม่

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่/สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่

ผลลัพธ์:

1) มูลค่าการบริการสาขาสปา สาขานวดไทย สาขาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและน้ำพุร้อน ที่เพิ่มขึ้น
2) รายได้จากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สปาและเส้นทางท่องเที่ยวน้ำพุร้อนเชียงใหม่ที่เพิ่มขึ้น

ผลผลิต:

1) ผู้ประกอบการธุรกิจบริการสุขภาพ สปาและน้ำพุร้อนที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพตามมาตรฐาน
2) ผู้ใช้บริการนวดไทยและสปาและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนที่เพิ่มขึ้น
3) นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สปาและเส้นทางท่องเที่ยวน้ำพุร้อนเชียงใหม่ที่เพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดของโครงการ:

1) จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจบริการสุขภาพ สปาและน้ำพุร้อนที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพตามมาตรฐาน (มากกว่า 200 รายต่อปี)
2) จำนวนผู้ใช้บริการนวดไทยและสปาและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนที่เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 20 หรือประมาณ 5,000 คนต่อปี)
3) มูลค่าการบริการสาขาสปาที่เพิ่มขึ้น (จากเดิม 700 ล้านบาทต่อปี เป็นเพิ่มมากกว่าร้อยละ 20 หรือ มากกว่า 140 ล้านบาทต่อปี)
4) มูลค่าการบริการสาขานวดไทยที่เพิ่มขึ้น(จากเดิม 1000 ล้านบาทต่อปี เป็นเพิ่มมากกว่าร้อยละ 20 หรือ มากกว่า 200 ล้านบาทต่อปี)
5) มูลค่าการบริการสาขาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและน้ำพุร้อนที่เพิ่มขึ้น (จากเดิมเป็นเพิ่มมากกว่าร้อยละ 20 ต่อปี)
6) ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สปาและเส้นทางท่องเที่ยวน้ำพุร้อนเชียงใหม่ที่เพิ่มขึ้น
7) ร้อยละของรายได้จากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สปาและเส้นทางท่องเที่ยวน้ำพุร้อนเชียงใหม่ที่เพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
กิจกรรมที่ 1 การประเมินศักยภาพและความพร้อมของน้ำพุร้อนและสปาในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีขั้นตอนดังนี้.....				สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่/สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่	
กิจกรรมที่ 2 การวางแผนแม่บทและผังบริเวณของแหล่งท่องเที่ยวสุขภาพประเภทสปาและน้ำพุร้อน มีขั้นตอนดังนี้.....				สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่16/สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่/คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย เชียงใหม่	
กิจกรรมที่ 3 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายและชุมชนในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านสุขภาพ และท่องเที่ยว (สปา/น้ำพุร้อน) มีขั้นตอนดังนี้ 1. การอบรมหลักสูตรผู้ให้บริการเพื่อสุขภาพ Spa Thetapist				สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่/สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่16/สนง.สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
2. การอบรมหลักสูตรผู้ให้การส่งเสริมการขายและบริการเพื่อสุขภาพ Spa Reception 3. การอบรมหลักสูตรการแปรรูปสมุนไพรและพืชต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในงานการบริการเพื่อสุขภาพ					
กิจกรรมที่ 4 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการบริการสปาและน้ำพุร้อนเพื่อสุขภาพ (การพัฒนามัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว/ บุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้และทักษะให้ได้มาตรฐาน) มีขั้นตอนดังนี้.....				สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ / สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน 19 เชียงใหม่ / สนง.สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ / สมาคมไทย	
กิจกรรมที่ 5 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (สปา/น้ำพุร้อน) มีขั้นตอนดังนี้.....				สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ / สนง.สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ / มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	
กิจกรรมที่ 6 การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน) ที่มีอัตลักษณ์ เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชุมชน มีขั้นตอนดังนี้.....				สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ / สนง.สาธารณสุขเชียงใหม่ / สมาคมไทยล้านนาสปา / มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	
กิจกรรมที่ 7 การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน/ร้านอาหาร/ร้านค้า/ ที่พัก) และพัฒนาให้ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีขั้นตอนดังนี้.....				สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ / สนง.สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
กิจกรรมที่ 8 การประชาสัมพันธ์และการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวน้ำพุร้อนและสปาและธุรกิจเพื่อสุขภาพสู่ตลาดโลก มีขั้นตอนดังนี้.....				สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ / สนง.พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ / สนง.สาธารณสุขเชียงใหม่ / สมาคมไทยล้านนาสปา/ ชมรมผู้ประกอบการนวดสุขภาพเชียงใหม่ / สมาคมนวดแผนไทยเชียงใหม่	
กิจกรรมที่ 9 เชียงใหม่เมืองแห่งสุขภาพองค์รวม แห่งอาเซี่ยน Chiang Mai, Asean Wellness City มีขั้นตอนดังนี้.....					
กิจกรรมที่ 10 Chiang Mai Spa Awards มีขั้นตอนดังนี้ 1. นำเสนอชื่อ โดยมีเงื่อนไข ต้องเป็นสถานประกอบการหรือบุคลากรที่ทำงานด้านสปาในอาเซี่ยนเท่านั้น 2. พิจารณาคัดเลือกและตัดสินโดยคณะกรรมการในการตัดสินจากภาครัฐ ภาคเอกชน ในเชียงใหม่ และกรรมการพิเศษผู้ที่มีความชำนาญการและตัวแทนสมาคมไทยล้านนาสปา 3. ออกแบบถ้วยรางวัลแบบอัตลักษณ์ล้านนา อาทิ ทำจากศิลาดล โดยมีเครื่องหมายแสดงอัตลักษณ์ล้านนา เช่น หม้อคนโฑน้ำ หรือ กาแล 4. กำหนดกรอบชี้วัดแต่ละประเภทรางวัล โดยคณะกรรมการ 5. คณะดำเนินงานเชิญผู้ได้รับรางวัลเดินทางมารับรางวัล มีการจัดสัมมนา ให้ความรู้แชร์ประสบการโดยผู้ได้รับรางวัล ต่อผู้ประกอบการและประชาชนทั่วไปที่สนใจที่มาร่วมงาน					

3.1.6 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดแม่ฮ่องสอน

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดแม่ฮ่องสอน

จังหวัดแม่ฮ่องสอน ได้มีการกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
การค้าชายแดน	- ทุกอำเภอในจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีเขตแดนติดต่อกับประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา สามารถติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านได้สะดวกโดยเฉพาะมีทำเลที่ตั้งใกล้เมืองหลวงใหม่ของเมียนมา ซึ่งเป็นโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยว การค้าและการลงทุน - มีจุดผ่อนปรนทางการค้า 5 แห่งที่กฎหมายอนุมัติให้มีการค้าสินค้า โดยส่วนใหญ่จังหวัดแม่ฮ่องสอนสามารถแลกเปลี่ยนสินค้าที่จำเป็นในการอุปโภค – บริโภค โดยมีการผลักดันอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มีการยกระดับจุดผ่อนปรนให้เป็นด่านถาวร
การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์	- มีประเพณีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของประชาชนพื้นที่ราบชาวไทยใหญ่ หรือชาวไตกับชาวไทยภูเขาซึ่งเป็นกลุ่มชนเผ่า (Ethnic Group) ที่ยังคงวัฒนธรรมเดิมอย่างมั่นคง มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ที่หลากหลาย อยู่ทุกอำเภอ และมีชื่อเสียง มีทุนทางวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ศาสนา และความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์ - มีโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับสินค้าและบริการที่เป็นอัตลักษณ์ของแม่ฮ่องสอน ส่งผลให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมล้านนา สินค้าOTOP รวมทั้งเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดในกลุ่มล้านนาและประเทศเพื่อนบ้าน

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: การค้าชายแดน</u>

ภายใต้ประเด็น การค้าชายแดน จังหวัดแม่ฮ่องสอนได้มีการวิเคราะห์และมีการเพิ่มเติมข้อต่อห่วงโซ่ โดยระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย 2) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคเพื่อรองรับการค้า 3) การพัฒนาระบบบริหารจัดการ และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ 4) พัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมการประกอบธุรกิจ 5) พัฒนากิจกรรมสินค้าและบริการ 6) การบริหารจัดการสินค้า (Logistics) และ7) พัฒนาด้านการตลาดและการบริการ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การค้าชายแดนของจังหวัดแม่ฮ่องสอน

หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย	1.1 การประเมินศักยภาพเส้นทางการค้าชายแดน 1.2 การผลักดันยกระดับให้เป็นจุดผ่อนปรนพิเศษ 1.3 การเจรจาสร้างร่วมมือ 1.4 การขยายเส้นทางการค้าชายแดน
2. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคเพื่อรองรับการค้า	2.1 การพัฒนา/ปรับปรุงเส้นทางคมนาคม 5 จุดให้สามารถสัญจรสะดวกทุกฤดูกาล 2.5 พัฒนาฐานข้อมูลการผลิตและการบริโภค 2.6 พัฒนาฐานข้อมูลตลาดและปริมาณการส่งออก (Trade & Market Intelligence)
3. การพัฒนาระบบบริหารจัดการ และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	3.5 การส่งเสริมและพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กโทรนิกส์ (E-Commerce) และ Single Window
4. พัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมการประกอบธุรกิจ	4.1 การเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ 4.2 พัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้ในเรื่องการค้าระหว่างประเทศเพื่อยกระดับสู่สากล 4..3 การยกระดับความพร้อมด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technology Readiness) 4.4 การส่งเสริมพัฒนาการรวมกลุ่มผู้ประกอบการค้า และเจรจาเชื่อมโยงธุรกิจการค้ารวมถึงขยายเครือข่ายการค้าการลงทุนทั้งในและต่างประเทศ

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
6. การบริหารจัดการสินค้า (Logistics)	6.1 การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า 6.2 การเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุนการขนส่ง การเก็บรักษาสินค้าคงคลัง และกระจายสินค้า 6.3 การจัดการงานด้านศุลกากร (ส่งออก/นำเข้า) 6.4 เชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจ โลจิสติกส์ของภูมิภาค
7. พัฒนาด้านการตลาดและการบริการ	7.2 การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย 7.3 ยกระดับการค้าไทย-พม่า 7.4 สร้างความสัมพันธ์เชื่อมโยงการค้าไทย-พม่าอย่างยั่งยืน

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง</u> (Gap)	แนวทางการพัฒนา[7]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1- 1.4	1. การเจรจาผลักดันการค้าไทย-พม่า ให้เป็นจุดผ่อนปรนพิเศษ	เพื่อให้เกิดการความร่วมมือด้านการค้าอย่างยั่งยืนต่อเนื่องของ 2 ประเทศ	ที่ทำการปกครองจังหวัด ร่วมกับสำนักงานจังหวัดแม่ฮ่องสอน
2.1	2. การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานทาง บก 5 จุดให้สะดวกใช้ได้ทุกฤดูกาล	เพื่อให้เส้นทางการคมนาคมภายในจังหวัด ระหว่างจังหวัดและชายแดนระหว่างประเทศ ถูกยกระดับบำรุงรักษาหรือขยายเส้นทางใหม่ให้ทั่วถึงครอบคลุมในทุกพื้นที่สำคัญและสามารถใช้ได้ทุกฤดูกาล	สนง.แขวงทางหลวงแม่ฮ่องสอน /สนง.แขวงทางหลวงชนบทแม่ฮ่องสอน / สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน / ที่ทำการปกครองอำเภอ ร่วมกับองค์การบริหารส่วนบริหารจังหวัดแม่ฮ่องสอน / อบต.ห้วยผา/อบต.แม่สามแลบ/อบต.เสาหิน/อบต.แม่เงา/อบต.ผาบ่อง

[7] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง</u> (Gap)	แนวทางการพัฒนา[7]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
2.5 - 2.6	3. พัฒนาฐานข้อมูลการผลิต การตลาดและการนำเข้าส่งออก	พัฒนาฐานข้อมูลการผลิต ตลาด และนำเข้าส่งออกอัจฉริยะให้มีข้อมูลครบถ้วนถูกต้องทันสมัยและบูรณาการร่วมกัน	สนง.พาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน/ ด่านศุลกากรแม่ฮ่องสอน /ด่านศุลกากรแม่สะเรียง
3.5	4. การส่งเสริมและพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กโทรนิกส์	จัดทำ/พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กโทรนิกส์ (E-Commerce) และ Single Window เพื่อให้บริการด้วยรวดเร็ว และผู้รับบริการเกิดความสะดวกมากที่สุด	สนง.พาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
4.1- 4.3	5. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่มูลค่า	พัฒนาผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่ในทุกมิติ เช่น โลจิสติกส์ การค้าระหว่างประเทศ มาตรฐานสากลเทคโนโลยีและนวัตกรรม	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน และ สนง. พาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน
4.3	6. สร้างผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงจากวัตถุดิบเพื่อนบ้าน	การเชื่อมความสัมพันธ์ในลักษณะคู่ค้ายั่งยืน โดยนำจุดแข็งของเมียนมาร์ด้านวัตถุดิบมาผนวกเข้ากับจุดแข็งด้านการแปรรูปของไทย ด้วยการสร้างผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงจากวัตถุดิบเมียนมาร์ด้วยเทคโนโลยีนวัตกรรม และมาตรฐานการสู่สากล	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน
6.1- 6.4	7. จัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า	เพื่อสร้างศูนย์กระจายสินค้าส่วนกลางแห่งแรกในจังหวัดแม่ฮ่องสอนไว้ให้บริการกระจายขนส่งสินค้า และเชื่อมโยงเครือข่ายโลจิสติกส์ของภูมิภาคอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยผู้ประกอบการลดต้นทุนการขนส่ง	ที่ทำการปกครอง ร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[7]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
		การเก็บรักษาสินค้าคงคลัง และกระจายสินค้า	
7.4	8. สร้างความสัมพันธ์เชื่อมโยงการค้าไทย-เมียนมาร์อย่างยั่งยืน	ยกระดับความสัมพันธ์การค้าไทย-เมียนมาร์ให้แน่นแฟ้นและยั่งยืนผ่านกิจกรรมความร่วมมือต่างๆ ระหว่างกัน	สนง.พาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน
4.4/ 7.2 - 7.3	9. จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าภาคเหนือตอนบน ไทย-เมียนมาร์ (Road Show/ Business Matching)	จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าภาคเหนือตอนบน ไทย-เมียนมาร์ (Road Show/ Business Matching) เพื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายรวมถึง เจรจาเชื่อมโยงธุรกิจการค้ารวมถึงขยายเครือข่ายการค้าการลงทุนระหว่างกัน	สนง.พาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน และสนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์</u>

ภายใต้ประเด็น การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ จังหวัดแม่ฮ่องสอนได้พิจารณาแล้วขอเพิ่มจุดเน้นของการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมถึงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วยและได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้ 2) กำหนดทิศทาง ยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย 3) พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยว 4) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร ด้านการท่องเที่ยว 5) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 6) พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม และ 7) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และเกษตร ของจังหวัดแม่ฮ่องสอน

หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้	1.1 การจัดเก็บ รวบรวม และปรับปรุงความรู้ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และเกษตร ให้ครอบคลุมและบูรณาการร่วมกัน 1.2 การพัฒนาและบริหารจัดการองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และเกษตร โดยมีคลังข้อมูลกลาง (Big Data) เพื่อบูรณาการงานร่วมกัน 1.3 การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อดิจิทัล ประชาสัมพันธ์ความรู้เพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และเกษตร
2. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย	2.3 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวทางเชิงธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เกษตร และอุตสาหกรรม และการลงทุน (วิถีชีวิต ความพอเพียงของชุมชน Long Stay) 2.4 พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เกษตร และอุตสาหกรรม (Routes-จัดเป็น Packaged ท่องเที่ยว) ในจังหวัด / ระหว่างจังหวัด และพัฒนาความร่วมมือเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน
3.พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยว	3.4 การพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่และมาตรการสิ่งอำนวยความสะดวก ให้กับนักท่องเที่ยว 3.6 การให้ความรู้ข้อแนะนำก่อนท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
4. เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร ด้านการท่องเที่ยว	4.1 การพัฒนามัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว/ บุคลากรที่เกี่ยวข้องให้เป็นมาตรฐานและมีทักษะภาษาต่างประเทศ 4.2 การปรับปรุงทัศนคติและพัฒนาศักยภาพบุคลากร ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว 4.3 การจัดทำคู่มือปฏิบัติการของบุคลากร ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว 4.4 ส่งเสริมการรวมกลุ่มให้เกิดการพัฒนาศักยภาพบุคลากรตลอดห่วงโซ่ร่วมกัน
5. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.1 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว (ถนนภายในและระหว่างจังหวัด ป้ายบอกทาง สภาพอาคาร สถานที่ขนส่ง) และเชื่อมโยงกับภาคีให้สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกมากขึ้น 5.2 การปรับปรุงภูมิทัศน์ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และเกษตร 5.3 การจัดการขยะ และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ 5.4 การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และธุรกิจในแหล่งให้เป็นมาตรฐาน (ห้องน้ำ ลานจอดรถ ร้านอาหาร ร้านค้า ร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก,บริการรถสาธารณะ, ทางเดินเท้า) 5.5 การส่งเสริมคุณภาพที่พักในบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว 5.6 การขยายโครงข่ายอินเตอร์เน็ตให้ครอบคลุมทั้งจังหวัด
6. พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม	6.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรมประวัติศาสตร์ เกษตร และอุตสาหกรรม (CIV) แบบมีส่วนร่วม 6.2 การสนับสนุนอุปกรณ์ สถานที่เพื่อการจัดกิจกรรมชุมชน 6.3 การออกแบบกิจกรรม และนิทรรศการประจำปีของชุมชน 6.4 การผลิตและพัฒนาของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์ ท้องถิ่น
7. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ทางธรรมชาติ วัฒนธรรมประวัติศาสตร์ เกษตร และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ให้ตรงกลุ่มเป้าหมายอย่างหลากหลายช่องทางและวิธีการ 7.3 การสร้างความเข้าใจและความร่วมมือการเป็นเจ้าบ้านที่ดีและนักท่องเที่ยวที่ดี 7.4 ขยายช่องการตลาดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และทำการตลาดเชิงรุก

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[8]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1และ1.2	1.การจัดทำฐานข้อมูลการท่องเที่ยว จ.แม่ฮ่องสอน	เพื่อให้มีข้อมูลครบถ้วนและมีคลังข้อมูลกลาง (Big Data) เพื่อบูรณาการงานร่วมกัน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน/ สนง.วัฒนธรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน/ หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
1.3	2.จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว	การพัฒนาสื่อทุกรูปแบบ โดยเฉพาะสื่อด้วยเทคโนโลยีใหม่ที่เกิดขึ้น คือ สื่อดิจิทัล	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน/ สนง.จังหวัดแม่ฮ่องสอน / ททท.สนง.แม่ฮ่องสอน / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
2.3	3.จัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอน	เพื่อให้ดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอย่างทิศทางและเกิดผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้	สนง.จังหวัดแม่ฮ่องสอน / สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2.4	4.จัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวฯ ตามกลุ่มเป้าหมาย	เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติเป้าหมายเข้ามาเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอนมากขึ้น และเชื่อมโยงเป็นประตูสู่การท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีชายแดนติดกับจังหวัดแม่ฮ่องสอน เช่น เมียนมาร์	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน/ สำนักงานจังหวัดแม่ฮ่องสอน / ททท.สนง.แม่ฮ่องสอน / สนง.วัฒนธรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน / สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน / หอการค้าจังหวัดแม่ฮ่องสอน / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
6.1	5.พัฒนาหมู่บ้านอัตลักษณ์หัตถกรรมหมู่บ้านอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ และหมู่บ้านประชารัฐ	พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่แสดงถึงวิถีชีวิตของชาวแม่ฮ่องสอน	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน / สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน/ สนง.วัฒนธรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

[8] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[8]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
4.4 และ 7.1	6.พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน	ส่งเสริมการรวมกลุ่มภายในชุมชนเพื่อร่วมกันพัฒนาศักยภาพท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยที่ทุกคนในชุมชนมีส่วนร่วม	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน / สถาบันการศึกษา / ททท.สนง.แม่ฮ่องสอน. / เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
3.4	7.สร้างความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว	จัดทำเป็นมาตรการด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน / ตำรวจท่องเที่ยวแม่ฮ่องสอน / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
4.1 และ 4.2 และ 4.3	8.พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว	พัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทุกระดับ ตั้งแต่บุคคล ชุมชน รวมถึงยกระดับผู้ประกอบการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน / สถาบันการศึกษา / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
3.4 และ 5.4	9.พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว	พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวภายในจังหวัด โดยบำรุงรักษาซ่อมแซมสิ่งเดิมและสร้างสิ่งใหม่ที่ยังไม่มี เช่น ทางเดินเท้าในบางพื้นที่ และในบางรายการที่สำคัญยกระดับจัดทำให้เป็นมาตรการสิ่งอำนวยความสะดวก ให้กับนักท่องเที่ยว	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน /สนง.ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดแม่ฮ่องสอน / องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[8]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
5.1 และ 5.2 และ 5.3 และ 5.4 และ 5.5 และ 5.6	10. ปรับปรุงภูมิทัศน์ชุมชนแหล่งท่องเที่ยว/ขยะ/Internet	ฟื้นฟูปรับปรุงภูมิทัศน์ในชุมชน และจัดการปัญหาขยะและสร้างโครงข่ายอินเตอรเน็ตให้ครอบคลุมทั้งจังหวัด	สนง.ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดแม่ฮ่องสอน / องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น / สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน / หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
6.4	11.พัฒนาของที่ระลึกฯ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและบรรจุภัณฑ์	ส่งเสริมให้เกิดการผลิตและพัฒนาของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์ OTOP ท้องถิ่น เพื่อเป็นที่ระลึกความทรงจำให้กับนักท่องเที่ยวให้หวนกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และเกิดการส่งเสริมอาชีพรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นและชุมชน	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน / สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน / สนง.วัฒนธรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน / หอการค้าจังหวัดแม่ฮ่องสอน / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
6.1และ6.2และ6.3	12. ส่งเสริมประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น	เพื่อสืบสานประเพณีวัตนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่และนำมาเป็นจุดดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอนมากขึ้น	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน / สนง.วัฒนธรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน/ สนง.การท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
3.6 และ 7.3	13. เจ้าบ้านที่ดีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว	เพื่อสร้างความเข้าใจและความร่วมมือการเป็นเจ้าบ้านที่ดีและให้ความรู้ข้อแนะนำกับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี และได้รับความปลอดภัยตลอดการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน /สถาบันการศึกษา /ททท.สนง.แม่ฮ่องสอน / สนง.ประชาสัมพันธ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[8]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
7.1 และ 7.4	14. ส่งเสริมการขายสู่สากล	ขยายช่องการตลาดให้มากขึ้นและทำการตลาดเชิงรุกโดยเฉพาะตลาดต่างประเทศโดยเจาะลึกให้ตรงกลุ่มเป้าหมายอย่างหลากหลายช่องทางและวิธีการ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน /การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สนง.มส. / สนง.ประชาสัมพันธ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน / สนง.พาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน / หอการค้าจังหวัดแม่ฮ่องสอน / หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดแม่ฮ่องสอน

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด โดยในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน มีสรุปรายละเอียดดังนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: การค้าชายแดน

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- ทุกอำเภอในจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีเขตแดนติดต่อกับประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ สามารถติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านได้สะดวกโดยเฉพาะมีทำเลที่ตั้งใกล้เมืองหลวงใหม่ของเมียนมาร์ ซึ่งเป็นโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยว การค้าและการลงทุน
- มีจุดผ่อนปรนทางการค้า 5 แห่งที่กฎหมายอนุมัติให้มีการค้าสินค้า โดยส่วนใหญ่จังหวัดแม่ฮ่องสอนสามารถแลกเปลี่ยนสินค้าที่จำเป็นในการอุปโภค – บริโภค โดยมีการผลักดันอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มีการยกระดับจุดผ่อนปรนให้เป็นด่านถาวร

ทุกอำเภอในจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีเขตแดนติดต่อกับประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา รวมระยะทางประมาณ 483 กิโลเมตร โดยเป็นพื้นดินประมาณ 326 กิโลเมตร เป็นแม่น้ำประมาณ 157 กิโลเมตร มีจุดผ่อนปรนทางการค้า 5 แห่ง ที่กฎหมายอนุมัติให้มีการค้าสินค้า ได้แก่ 1) ด่านห้วยต้นนุ่น อำเภอขุนยวม บ้านน้ำมาง รัฐคะยา 2) ด่านห้วยผึ้ง อำเภอเมือง-บ้านนามน รัฐฉาน 3) ด่านน้ำเพียงดิน อำเภอเมือง-บ้านใหม่ รัฐคะยา 4) ด่านเสาหิน อำเภอแม่สะเรียง บ้านห้วยทราย รัฐคะยา และ 5) ด่านแม่สามแลบ อำเภอสบเมย จังหวัดผาปูน รัฐกะเหรี่ยง โดยส่วนใหญ่จังหวัดแม่ฮ่องสอนสามารถแลกเปลี่ยนสินค้าที่จำเป็นในการอุปโภคและ บริโภค

ในปี 2558 จังหวัดแม่ฮ่องสอนมีมูลค่าการค้าชายแดน จำนวน 1,562.906 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก ปี 2557 คิดเป็นร้อยละ 68.42 และในปี 2559 มีมูลค่าการค้าชายแดน จำนวน 1,220.958 ล้านบาท ลดลงจาก ปี 2558 คิดเป็นร้อยละ 21.88 และในปี 2560 (เดือนมกราคม - เมษายน 2560) มีมูลค่าการค้าชายแดน จำนวน 387.116 ล้านบาท ลดลงจาก ปี 2559 ในช่วงเดือนเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 20.84 (ปี 2559 เดือนมกราคม - เมษายน 2559 มีมูลค่าการค้าชาย จำนวน 489.040 ล้านบาท)

ตารางที่ 3.7-15: แสดงมูลค่าการค้าชายแดน (พ.ศ.2555 - 2559)

	2555	2556	2557	2558	2559	2560 (ม.ค - เม.ย)
มูลค่าการค้าชายแดน (ล้านบาท)	186.144	317.492	927.981	1,562.906	1,220.958	387.116

ที่มา : สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควระจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพการค้าชายแดนของจังหวัดแม่ฮ่องสอนนี้ ได้พิจารณามีการเพิ่มเติมข้อต่อห่วงโซ่โดยระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่ โดยได้เพิ่มข้อต่อห่วงโซ่ ที่1 และข้อต่อห่วงโซ่ที่ 5 รวมทั้งมีการเพิ่มเติมปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ (Critical Success Factor) ไว้ด้วย โดยมีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.7-5: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การค้าชายแดน ของจังหวัดแม่ฮ่องสอน

3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.7-16: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[9]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1 และ1.4	1. การเจรจาผลักดันการค้าไทย-พม่า ให้เป็นจุดผ่อนปรนพิเศษ	ที่ทำการปกครองจังหวัดร่วมกับสำนักงานจังหวัดแม่ฮ่องสอน	เพื่อให้เกิดการความร่วมมือด้านการค้าอย่างยั่งยืนต่อเนื่องของ 2 ประเทศ
2.1	2. การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานทาง บก 5 จุดให้สะดวกใช้ได้ทุกฤดูกาล	สนง.แขวงทางหลวงแม่ฮ่องสอน /สนง.แขวงทางหลวงชนบทแม่ฮ่องสอน / สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน / ที่ทำการปกครองอำเภอร่วมกับองค์การบริหารส่วนบริหารจังหวัดแม่ฮ่องสอน / อบต.ห้วยผา/ อบต.แม่สามแลบ/อบต.เสาหิน/อบต.แม่เงา/ อบต.ผาบ่อง	เพื่อให้เส้นทางการคมนาคมภายในจังหวัด ระหว่างจังหวัดและชายแดนระหว่างประเทศถูกยกระดับบำรุงรักษาหรือขยายเส้นทางใหม่ให้ทั่วถึงครอบคลุมในทุกพื้นที่สำคัญและสามารถใช้ได้ทุกฤดูกาล
2.5 และ 2.6	3. พัฒนาฐานข้อมูลการผลิต การตลาด และการนำเข้าส่งออก	สนง.พาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน/ ด่านศุลกากรแม่ฮ่องสอน/ ด่านศุลกากรแม่สะเรียง	พัฒนาฐานข้อมูลการผลิต ตลาด และนำเข้าส่งออกอัจฉริยะให้มีข้อมูลครบถ้วนถูกต้องทันสมัยและบูรณาการร่วมกัน
3.5	4. การส่งเสริมและพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กโทรนิกส์	สนง.พาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	จัดทำ/พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กโทรนิกส์ (E-Commerce) และ Single Window เพื่อให้บริการด้วยรวดเร็ว และผู้รับบริการเกิดความสะดวกมากที่สุด
4.1และ 4.3	5. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่มูลค่า	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน และ สนง.พาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน	พัฒนาผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่ในทุกมิติ เช่น โลจิสติกส์ การค้าระหว่างประเทศ มาตรฐานสากล เทคโนโลยีและนวัตกรรม

[9] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.7-17: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย	1.1 การประเมินศักยภาพเส้นทางการค้าชายแดน 1.2 การผลักดันยกระดับให้เป็นจุดผ่อนปรนพิเศษ 1.3 การเจรจาสร้างร่วมมือ 1.4 การขยายเส้นทางการค้าชายแดน
2. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคเพื่อรองรับการค้า	2.1 การพัฒนา/ปรับปรุงเส้นทางคมนาคม 5 จุดให้สามารถสัญจรสะดวกทุกฤดูกาล 2.5 พัฒนาฐานข้อมูลการผลิตและการบริโภค 2.6 พัฒนาฐานข้อมูลตลาดและปริมาณการส่งออก (Trade & Market Intelligence)
3. การพัฒนาระบบบริหารจัดการ และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	3.5 การส่งเสริมและพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กโทรนิกส์ (E-Commerce) และ Single Window
4. พัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมการประกอบธุรกิจ	4.1 การเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ 4.2 พัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้ในเรื่องการค้าระหว่างประเทศเพื่อยกระดับสู่สากล 4..3 การยกระดับความพร้อมด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technology Readiness) 4.4 การส่งเสริมพัฒนาการรวมกลุ่มผู้ประกอบการค้า และเจรจาเชื่อมโยงธุรกิจการค้ารวมถึงขยายเครือข่ายการค้าการลงทุนทั้งในและต่างประเทศ
6. การบริหารจัดการสินค้า (Logistics)	6.1 การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า 6.2 การเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุนการขนส่ง การเก็บรักษาสินค้าคงคลัง และกระจายสินค้า 6.3 การจัดการงานด้านศุลกากร (ส่งออก/นำเข้า) 6.4 เชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจ โลจิสติกส์ของภูมิภาค
7. พัฒนาด้านการตลาดและการบริการ	7.2 การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย 7.3 ยกระดับการค้าไทย-พม่า 7.4 สร้างความสัมพันธ์เชื่อมโยงการค้าไทย-พม่าอย่างยั่งยืน

แผนภาพที่ 3.7-6: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การค้าชายแดนของจังหวัดแม่ฮ่องสอน

หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดแม่ฮ่องสอน

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.7-18: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[10]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ/กิจกรรม	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
ชุดโครงการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ไทย - เมียนมาร์ : เนื่องจากทุกหน่วยงานในจังหวัดมีมติร่วมกันต้องการพัฒนาและยกระดับการค้าชายแดนจังหวัดแม่ฮ่องสอน-เมียนมาร์ตลอดห่วงโซ่เพื่อทำสิ่งเดิมที่ยังไม่เป็นรูปธรรมให้ชัดเจนและทำสิ่งใหม่ให้เกิดขึ้นจึงขอจัดทำทุกโครงการตามที่สรุปทุกโครงการทั้งหมดที่มี และต้องการดำเนินการต่อเนื่องตามแผนจังหวัดจึงเป็นชุดโครงการฯ ภายใต้งบระยะ 4 ปี พ.ศ. 2562-2565			
1.1และ 1.2และ 1.3และ 1.4	1. การเจรจาผลักดันการค้าไทย-พม่า ให้เป็นจุดผ่อนปรนพิเศษ	เพื่อให้เกิดการความร่วมมือด้านการค้าอย่างยั่งยืนต่อเนื่องของ 2 ประเทศ	ที่ทำการปกครองจังหวัด ร่วมกับสำนักงานจังหวัดแม่ฮ่องสอน
2.1	2. การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานทางบก 5 จุดให้สะดวกใช้ได้ทุกฤดูกาล	เพื่อให้เส้นทางการคมนาคมภายในจังหวัด ระหว่างจังหวัดและชายแดนระหว่างประเทศ ถูกยกระดับบำรุงรักษาหรือขยายเส้นทางใหม่ให้ทั่วถึงครอบคลุมในทุกพื้นที่สำคัญและสามารถใช้ได้ทุกฤดูกาล	สนง.แขวงทางหลวงแม่ฮ่องสอน /สนง.แขวงทางหลวงชนบทแม่ฮ่องสอน / สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน / ที่ทำการปกครองอำเภอ ร่วมกับอบจ.แม่ฮ่องสอน / อบต.ห้วยผา/อบต.แม่สามแลบ/อบต.เสาหิน/อบต.แม่เงา/อบต.ผาบ่อง
2.5 และ 2.6	3. พัฒนาฐานข้อมูลการผลิต การตลาดและการนำเข้าส่งออก	พัฒนาฐานข้อมูลการผลิต ตลาดและนำเข้าส่งออกอัจฉริยะให้มีข้อมูลครบถ้วนถูกต้องทันสมัยและบูรณาการร่วมกัน	สนง.พาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน/ด่านศุลกากรแม่ฮ่องสอน /ด่านศุลกากรแม่สะเรียง
3.5	4. การส่งเสริมและพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กโทรนิกส์	จัดทำ/พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กโทรนิกส์ (E-Commerce) และ Single Window เพื่อให้บริการด้วยรวดเร็วและผู้รับบริการเกิดความสะดวกมากที่สุด	สนง.พาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

[10] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ/กิจกรรม	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
4.1 และ 4.2 และ 4.3	5. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่มูลค่า	พัฒนาผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่ในทุกมิติ เช่น โลจิสติกส์การค้าระหว่างประเทศ มาตรฐานสากล เทคโนโลยีและนวัตกรรม	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน และ สนง.พาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน
4.3	6. สร้างผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงจากวัตถุดิบเพื่อนบ้าน	การเชื่อมความสัมพันธ์ในลักษณะคู่ค้ายั่งยืน โดยนำจุดแข็งของเมียนมาร์ด้านวัตถุดิบมาผนวกเข้ากับจุดแข็งด้านการแปรรูปของไทย ด้วยการสร้างผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงจากวัตถุดิบเมียนมาร์ด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม และมาตรฐานการสู่สากล	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน
6.1 และ 6.2 และ 6.3 และ 6.4	7. จัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า	เพื่อสร้างศูนย์กระจายสินค้าส่วนกลางแห่งแรกในจังหวัดแม่ฮ่องสอนไว้ให้บริการกระจายขนส่งสินค้า และเชื่อมโยงเครือข่ายโลจิสติกส์ของภูมิภาคอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยผู้ประกอบการลดต้นทุนการขนส่ง การเก็บรักษาสินค้าคงคลัง และกระจายสินค้า	ที่ทำการปกครอง ร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
7.4	8. สร้างความสัมพันธ์เชื่อมโยงการค้าไทย-เมียนมาร์อย่างยั่งยืน	ยกระดับความสัมพันธ์การค้าไทย-เมียนมาร์ให้แน่นแฟ้นและยั่งยืน ผ่านกิจกรรมความร่วมมือต่างๆระหว่างกัน	สนง.พาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน
4.4 และ 7.2 และ 7.3	9. จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าภาคเหนือตอนบน ไทย-เมียนมาร์ (Road Show/ Business Matching)	จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าภาคเหนือตอนบน ไทย-เมียนมาร์ (Road Show/Business Matching) เพื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายรวมถึง เจรจาเชื่อมโยงธุรกิจการค้ารวมถึงขยายเครือข่ายการค้าการลงทุนระหว่างกัน	สนง.พาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน และ สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: ชุดโครงการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ไทย - เมียนมาร์
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ประเทศไทยมีนโยบายสำคัญในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ และส่งเสริมการค้ากับประเทศเพื่อนบ้าน ให้มีความใกล้ชิดทั้งในระดับรัฐบาลและระดับเอกชน มุ่งเน้นให้ประเทศไทยเป็นชาติการค้า (Trading Nation) เป็นผู้ประกอบการค้าและบริการ (Service Provider) เป็นชาติที่มีการลงทุนในต่างประเทศ (Investor Country) และมีความสามารถในการแข่งขัน (Competitive) และได้วางนโยบายในการดำเนินงานที่สำคัญในการส่งเสริมการส่งออกสินค้าและบริการ โดยมีภาคเอกชนเป็นกลไกขับเคลื่อนการพัฒนาการค้ากับสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ การขับเคลื่อนความสัมพันธ์ ความร่วมมือที่ดีระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนของจังหวัดและแถบชายแดนสหภาพพม่า จึงมีความสำคัญทั้งในลักษณะของการพบปะเยี่ยมเยือน แลกเปลี่ยน ทั้งข้อมูลข่าวสารด้านประเพณี ศิลปวัฒนธรรม และการท่องเที่ยว ในการพัฒนาช่องทางการค้าระหว่างกัน ทั้งยังเป็นการเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในภาวะเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยชุดโครงการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ไทย–เมียนมาร์ สอดคล้องกับ แผนพัฒนาจังหวัดแม่ฮ่องสอน 4 ปี (พ.ศ. 2561-2564) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมและพัฒนาการค้าการลงทุนและการค้าชายแดน ตลอดจน ยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด ยุทธศาสตร์ที่2 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่12 ข้อที่ 3
สรุปแนวคิดโครงการ 1. เพื่อส่งเสริมการส่งออกสินค้าและบริการไปยังสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ 2. เพื่อส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือผลักดันให้เกิดจุดผ่อนปรนพิเศษการค้าชายแดน ไทย –เมียนมาร์ ให้สามารถเชื่อมโยงการค้าระหว่าง 2 ประเทศอย่างยั่งยืน 3. เพื่อเตรียมความพร้อมทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบการบริหารจัดการ ศักยภาพของผู้ประกอบการ และสินค้าไทย ให้มีความพร้อม เพื่อรองรับการค้าบริวณชายแดน ซึ่งเป็นประตูสู่ดินแดนตะวันตกต่อไป 4. เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ ให้มีความแน่นแฟ้น ก่อให้เกิดการเชื่อมโยงทางการค้ารวมถึงด้านการท่องเที่ยว การลงทุน และแรงงาน
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ กิจกรรมที่ 1 : การเจรจาผลักดันการค้าไทย-พม่า ให้เป็นจุดผ่อนปรนพิเศษ กิจกรรมที่ 2 : การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานทางบก 5 จุดให้สะดวกใช้ได้ทุกฤดูกาล กิจกรรมที่ 3 : พัฒนาฐานข้อมูลการผลิต การตลาดและการนำเข้าส่งออก กิจกรรมที่ 4 : การส่งเสริมและพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กโทรนิกส์ กิจกรรมที่ 5 : พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่มูลค่า กิจกรรมที่ 6 : สร้างผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงจากวัตถุดิบเพื่อนบ้าน กิจกรรมที่ 7 : จัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า กิจกรรมที่ 8 : สร้างความสัมพันธ์เชื่อมโยงการค้าไทย-เมียนมาร์อย่างยั่งยืน กิจกรรมที่ 9 : จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าภาคเหนือตอนบน ไทย-เมียนมาร์ (Road Show/ Business Matching)
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบบริหารจัดการ 2. การพัฒนาผู้ประกอบการและการจัดการโลจิสติกส์ 3. การจัดการด้านการตลาด

ทั้ง 3 กลไกการดำเนินงานข้างต้น หน่วยงานหลักในการดำเนินการ คือสำนักงานพาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ สำนักงานจังหวัดแม่ฮ่องสอน สนง.วัฒนธรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน หอการค้าจังหวัดแม่ฮ่องสอน สภาอุตสาหกรรมจังหวัดฯ สนง.แขวงทางหลวงแม่ฮ่องสอน ด่านศุลกากรแม่ฮ่องสอนที่ทำการปกครอง ร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน
ผลลัพธ์: จังหวัดแม่ฮ่องสอนมีความพร้อมในทุกด้านเพื่อรองรับการค้าชายแดนไทย-เมียนมาร์ ทำให้เกิดรายได้เข้าจังหวัดเพิ่มขึ้นและทำให้ประชาชนในจังหวัดมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยเฉพาะในด้านการคมนาคมทางบก
ผลผลิต: ความร่วมมือและความเข้าใจจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยร่วมกันดำเนินการในแต่ละกิจกรรมจนสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1) รายได้เข้าจังหวัดเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 2) การคมนาคมทางบกได้รับการพัฒนาให้สามารถใช้ได้ทุกฤดูกาล

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
ขั้นตอนที่ 1. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบบริหารจัดการ					
1.1 จัดการเจรจาผลักดันการค้าไทย เมียนมาร์ ให้เป็นจุดผ่อนปรนพิเศษ	งปม. 2562-2565			ที่ทำการปกครองจังหวัดร่วมกับสนง. จังหวัดแม่ฮ่องสอน	
1.2 มอบหมายหน่วยงานปรับปรุงเส้นทางเข้าสู่จุดผ่อนปรนการค้าชายแดนทั้ง ๕ จุด	งปม. 2562-2565			สนง.แขวงทางหลวงแม่ฮ่องสอน/สนง.แขวงทางหลวงชนบทแม่ฮ่องสอน/สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดใลม่ฮ่องสอน/ที่ทำการปกครองอำเภอร่วมกับองค์การบริหารส่วนบริหารจังหวัดแม่ฮ่องสอน/อบต.ห้วยผา/อบต.เสาหิน/	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
				อบต.แม่สามแลบ/ อบต.ผาบ่อง/ อบต.แม่เงา	
1.3 จัดเก็บข้อมูลสินค้า การผลิต การตลาดและการนำเข้า ส่งออก และพัฒนาเป็นฐานข้อมูลเพื่อการพัฒนา	งปม. 2562-2565			สนง.พาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน/ด่านศุลกากรแม่ฮ่องสอน/ ด่านศุลกากรแม่สะเรียง	
1.4 ส่งเสริมและพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กโทรนิกส์ (E-Commerce) และ Single Window	งปม. 2562-2565			สนง.พาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	
ขั้นตอนที่ 2.การพัฒนาผู้ประกอบการและการจัดการโลจิสติกส์					
2.1 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่มูลค่า	งปม. 2562-2565			สนง.พาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอนและ สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน	
2.2 สร้างผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงจากวัตถุดิบในพื้นที่และเพื่อนบ้าน	งปม. 2562-2565			สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน	
2.3 สร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออกด้วยมาตรฐานการผลิต และนวัตกรรม	งปม. 2562-2565			สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน	
2.4 จัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า	งปม. 2562-2565			ที่ทำการปกครอง ร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	
2.5 ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการส่งออก	งปม. 2562-2565			สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
ขั้นตอนที่ 3.การจัดการด้านการตลาด					
3.1 สร้างความสัมพันธ์เชื่อมโยงการค้าไทย-พม่า	งปม. 2562-2565			สนง.พาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน	
3.2 จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าภาคเหนือตอนบน ไทย-เมียนมาร์ (Road Show/ Business Matching)	งปม. 2562-2565			สนง.พาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอนและสนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน	

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- มีประเพณีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของประชาชนพื้นที่ราบชาวไทยใหญ่ หรือชาวไตกับชาวไทยภูเขา ซึ่งเป็นกลุ่มชนเผ่า (Ethnic Group) ที่ยังคงวัฒนธรรมเดิมอย่างมั่นคง มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ที่หลากหลาย อยู่ทุกอำเภอ และมีชื่อเสียง มีทุนทางวัฒนธรรมขนบธรรมเนียม ประเพณี ศาสนา และความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์
- มีโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับสินค้าและบริการที่เป็นอัตลักษณ์ของแม่ฮ่องสอน ส่งผลให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมล้านนา สินค้า OTOP รวมทั้งเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวจังหวัด ในกลุ่มล้านนาและประเทศเพื่อนบ้าน (โดยเฉพาะการเชื่อมไปยังตองอี พม่า เช่น ปอยส่างลอง)

ในปี 2558 จังหวัดแม่ฮ่องสอนมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือน จำนวน 799,607 คน เพิ่มขึ้นจาก ปี 2557 คิดเป็นร้อยละ 3.90 และในปี พ.ศ. 2559 (เดือนมกราคม - เมษายน) มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือน จำนวน 337,636 คน นอกจากนี้ จังหวัดแม่ฮ่องสอนมีรายได้การท่องเที่ยว ในปี 2558 จำนวน 3,791.69 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2557 คิดเป็น ร้อยละ 9.60 และในปี พ.ศ. 2559 (เดือนมกราคม - เมษายน) มีรายได้การท่องเที่ยว จำนวน 1,618.17 ล้านบาท

ตารางที่ 3.7-19: จำนวนผู้เยี่ยมเยือน และรายได้จากการท่องเที่ยว (ปี 2554 - พ.ศ.2559)

รายการ	2554	2555	2556	2557	2558	2559 (ม.ค. - เม.ย.)
จำนวนผู้เยี่ยมเยือน (คน)	451,508	533,008	748,827	769,563	799,607	337,636
จำนวนรายได้จากการท่องเที่ยว (านบาท้ล)	2,092.75	2,619.99	3,332.49	3,459.42	3,791.69	1,618.17

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควระจะต้องดำเนินการ(Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ จังหวัดแม่ฮ่องสอนได้พิจารณาแล้วขอเพิ่มจุดเน้นของการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมถึงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วย โดยมีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.7-7: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) : การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และเกษตร ของจังหวัดแม่ฮ่องสอน

3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.7-20: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[11]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1และ1.2	1. การจัดทำฐานข้อมูลการท่องเที่ยว จ.แม่ฮ่องสอน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน/ สนง.วัฒนธรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน /หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง	เพื่อให้มีข้อมูลครบถ้วนและมีคลังข้อมูลกลาง (Big Data) เพื่อบูรณาการงานร่วมกัน
1.3	2.จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน/ สนง.จังหวัดแม่ฮ่องสอน/ ททท.สนง.แม่ฮ่องสอน / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง	การพัฒนาสื่อทุกรูปแบบ โดยเฉพาะสื่อด้วยเทคโนโลยีใหม่ที่เกิดขึ้น คือ สื่อดิจิทัล
2.3	3.จัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอน	สนง.จังหวัดแม่ฮ่องสอน/ สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	เพื่อให้ดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอย่างทิศทางและเกิดผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้
2.4	4. จัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวฯ ตามกลุ่มเป้าหมาย	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอ/สนง.จังหวัดแม่ฮ่องสอน /ททท.สนง.แม่ฮ่องสอน / สนง.วัฒนธรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน /สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน / หอการค้าจังหวัดแม่ฮ่องสอน/หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง	เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติเป้าหมายเข้ามาเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอนมากขึ้น และเชื่อมโยงเป็นประตูสู่การท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีชายแดนติดกับจังหวัดแม่ฮ่องสอน เช่น เมียนมาร์
4.4 และ 7.1	5. พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน / สถาบันการศึกษา / ททท.สนง.แม่ฮ่องสอน /เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT)/ หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง	ส่งเสริมการรวมกลุ่มภายในชุมชนเพื่อร่วมกันพัฒนาศักยภาพท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยที่ทุกคนในชุมชนมีส่วนร่วม

[11] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
3.4	6. สร้างความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน /ตำรวจท่องเที่ยวแม่ฮ่องสอน / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง	จัดทำเป็นมาตรการด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว
4.1และ 4.2 และ4.3	7. พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน /สถาบันการศึกษา / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง	พัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทุกระดับตั้งแต่บุคคล ชุมชน รวมถึงยกระดับผู้ประกอบการท่องเที่ยว
3.4และ 5.4	8. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน /สนง.ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดแม่ฮ่องสอน /องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง	พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวภายในจังหวัด โดยบำรุงรักษาซ่อมแซมสิ่งเดิม และสร้างสิ่งใหม่ที่ยังไม่มี เช่นทางเดินเท้าในบางพื้นที่ และในบางรายการที่สำคัญยกระดับจัดทำให้เป็นมาตรการสิ่งอำนวยความสะดวก ให้กับนักท่องเที่ยว
5.1และ5.2 และ5.3 และ 5.4 และ5.5 และ5.6	9. ปรับปรุงภูมิทัศน์ชุมชนแหล่งท่องเที่ยว/ขยะ/ Internet	/สนง.ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดแม่ฮ่องสอน / องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น / สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน 2หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ฟื้นฟูปรับปรุงภูมิทัศน์ในชุมชนและจัดการปัญหาขยะ และสร้างโครงข่ายอินเตอรเน็ตให้ครอบคลุมทั้งจังหวัด
6.4	10. พัฒนาของที่ระลึกฯ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและบรรจุภัณฑ์	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน / สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน สนง.วัฒนธรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน/ หอการค้าจังหวัดแม่ฮ่องสอน / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง	ส่งเสริมให้เกิดการผลิตและพัฒนาของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์ OTOP ท้องถิ่น เพื่อเป็นที่ระลึกความทรงจำให้กับนักท่องเที่ยวให้หวนกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และเกิดการส่งเสริมอาชีพรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นและชุมชน

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
6.1 และ 6.2 และ6.3	11. ส่งเสริมประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน/ สนง.วัฒนธรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน / สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง	เพื่อสืบสานประเพณีวัตนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่และนำมาเป็นจุดดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอนมากขึ้น
3.6 และ 7.3	12. เจ้าบ้านที่ดีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว	/สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน / สถาบันการศึกษา /ททท.สนง.แม่ฮ่องสอน /สนง. ประชาสัมพันธ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง	เพื่อสร้างความเข้าใจและความร่วมมือการเป็นเจ้าบ้านที่ดีและให้ความรู้ข้อแนะนำกับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี และได้รับความปลอดภัยตลอดการท่องเที่ยว
7.1และ 7.4	13. ส่งเสริมการขายสู่สากล	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน /ททท.สนง.แม่ฮ่องสอน / สนง.ประชาสัมพันธ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน /สนง.พาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน / หอการค้าจังหวัดแม่ฮ่องสอน / หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ขยายช่องการตลาดให้มากขึ้นและทำการตลาดเชิงรุก โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ โดยเจาะลึกให้ตรงกลุ่มเป้าหมายอย่างหลากหลายช่องทางและวิธีการ

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.7-21: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้	1.1 การจัดเก็บ รวบรวม และปรับปรุงความรู้ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และเกษตร ให้ครอบคลุมและบูรณาการร่วมกัน 1.2 การพัฒนาและบริหารจัดการองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และเกษตร โดยมีคลังข้อมูลกลาง (Big Data) เพื่อบูรณาการงานร่วมกัน 1.3 การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อดิจิทัล ประชาสัมพันธ์ความรู้เพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และเกษตร
2. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย	2.3 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวทางเชิงธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เกษตร และอุตสาหกรรม และการลงทุน (วิถีชีวิตความพอเพียงของชุมชน Long Stay)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
	2.4 พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เกษตร และอุตสาหกรรม (Routes-จัดเป็น Packaged ท่องเที่ยว) ในจังหวัด / ระหว่างจังหวัด และพัฒนาความร่วมมือเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน
3.พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยว	3.4 การพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่และมาตรการสิ่งอำนวยความสะดวก ให้กับนักท่องเที่ยว 3.6 การให้ความรู้ข้อแนะนำก่อนท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว
4. เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร ด้านการท่องเที่ยว	4.1 การพัฒนามัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว/ บุคลากรที่เกี่ยวข้องให้เป็นมาตรฐานและมีทักษะภาษาต่างประเทศ 4.2 การปรับปรุงทัศนคติและพัฒนาศักยภาพบุคลากร ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว 4.3 การจัดทำคู่มือปฏิบัติการของบุคลากร ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว 4.4 ส่งเสริมการรวมกลุ่มให้เกิดการพัฒนาศักยภาพบุคลากรตลอดห่วงโซ่ร่วมกัน
5. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.1 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว (ถนนภายในและระหว่างจังหวัด ป้ายบอกทาง สภาพอาคาร สถานที่ขนส่ง) และเชื่อมโยงกับภาคีให้สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกมากขึ้น 5.2 การปรับปรุงภูมิทัศน์ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และเกษตร 5.3 การจัดการขยะ และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ 5.4 การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และธุรกิจในแหล่งให้เป็นมาตรฐาน (ห้องน้ำ ลานจอดรถ ร้านอาหาร ร้านค้า ร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก,บริการรถสาธารณะ, ทางเดินเท้า) 5.5 การส่งเสริมคุณภาพที่พักในบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว 5.6 การขยายโครงข่ายอินเตอร์เน็ตให้ครอบคลุมทั้งจังหวัด
6. พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม	6.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรมประวัติศาสตร์ เกษตร และอุตสาหกรรม (CIV) แบบมีส่วนร่วม 6.2 การสนับสนุนอุปกรณ์ สถานที่เพื่อการจัดกิจกรรมชุมชน 6.3 การออกแบบกิจกรรม และนิทรรศการประจำปีของชุมชน 6.4 การผลิตและพัฒนาของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์ ท้องถิ่น
7. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เกษตร และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ให้ตรงกลุ่มเป้าหมายอย่างหลากหลายช่องทางและวิธีการ 7.3 การสร้างความเข้าใจและความร่วมมือการเป็นเจ้าบ้านที่ดีและนักท่องเที่ยวที่ดี 7.4 ขยายช่องการตลาดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และทำการตลาดเชิงรุก

แผนภาพที่ 3.7-8: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) : การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และเกษตร ของจังหวัดแม่ฮ่องสอน

หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดแม่ฮ่องสอน

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.7-22: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[12]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
ชุดโครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอน : เนื่องจากทุกหน่วยงานในจังหวัดมีมติร่วมกันต้องการพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัดแม่ฮ่องสอนตลอดห่วงโซ่เพื่อทำสิ่งเดิมที่ยังไม่เป็นรูปธรรมให้ชัดเจนและทำสิ่งใหม่ให้เกิดขึ้นจึงขอจัดทำทุกโครงการตามที่สรุปทุกโครงการทั้งหมดที่มี และต้องการดำเนินการต่อเนื่องตามแผนจังหวัด จึงเป็นชุดโครงการฯ ภายใต้งบระยะ 4 ปี พ.ศ. 2562-2565			
1.1 และ 1.2	1.การจัดทำฐานข้อมูลการท่องเที่ยว จ.แม่ฮ่องสอน	เพื่อให้มีข้อมูลครบถ้วนและมีคลังข้อมูลกลาง (Big Data) เพื่อบูรณาการงานร่วมกัน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน/ สนง.วัฒนธรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน/ หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
1.3	2.จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว	การพัฒนาสื่อทุกรูปแบบ โดยเฉพาะสื่อด้วยเทคโนโลยีใหม่ที่เกิดขึ้น คือ สื่อดิจิทัล	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน/ สนง.จังหวัดแม่ฮ่องสอน / ททท.สนง.แม่ฮ่องสอน / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
2.3	3.จัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอน	เพื่อให้ดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอย่างทิศทางและเกิดผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้	สนง.จังหวัดแม่ฮ่องสอน / สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2.4	4.จัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวฯ ตามกลุ่มเป้าหมาย	เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติเป้าหมายเข้ามาเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอนมากขึ้น และเชื่อมโยงเป็นประตูสู่การท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีชายแดนติดกับจังหวัดแม่ฮ่องสอนเช่น เมียนมาร์	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน/ สำนักงานจังหวัดแม่ฮ่องสอน / ททท.สนง.แม่ฮ่องสอน / สนง.วัฒนธรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน / สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน / หอการค้าจังหวัดแม่ฮ่องสอน / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

[12] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
6.1	5.พัฒนาหมู่บ้านอัตลักษณ์หัตถกรรมหมู่บ้านอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ และหมู่บ้านประชารัฐ	พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่แสดงถึงวิถีชีวิตของชาวแม่ฮ่องสอน	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน / สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน/. สนง.วัฒนธรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
4.4 และ 7.1	6.พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน	ส่งเสริมการรวมกลุ่มภายในชุมชนเพื่อร่วมกันพัฒนาศักยภาพท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยที่ทุกคนในชุมชนมีส่วนร่วม	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน / สถาบันการศึกษา / ททท.สนง.แม่ฮ่องสอน / เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
3.4	7.สร้างความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว	จัดทำเป็นมาตรการด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน / ตำรวจท่องเที่ยวแม่ฮ่องสอน / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
4.1และ4.2 และ4.3	8.พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว	พัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทุกระดับตั้งแต่บุคคล ชุมชน รวมถึงยกระดับผู้ประกอบการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน / สถาบันการศึกษา / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
3.4 และ 5.4	9.พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว	พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวภายในจังหวัด โดยบำรุงรักษาซ่อมแซมสิ่งเดิมและสร้างสิ่งใหม่ที่ยังไม่มี เช่นทางเดินเท้าในบางพื้นที่ และในบางรายการที่สำคัญยกระดับจัดทำให้เป็นมาตรการสิ่งอำนวยความสะดวก ให้กับนักท่องเที่ยว	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน / สนง.ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดแม่ฮ่องสอน/ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
5.1และ5.2และ 5.3 และ 5.4	10. ปรับปรุงภูมิทัศน์ชุมชนแหล่ง	ฟื้นฟูปรับปรุงภูมิทัศน์ในชุมชน และจัดการปัญหาขยะ และสร้างโครงข่ายอินเตอรเน็ตให้ครอบคลุมทั้งจังหวัด	สนง.ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดแม่ฮ่องสอน / องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น /

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
และ5.5 และ 5.6	ท่องเที่ยว/ขยะ/ Internet		สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน / หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
6.4	11.พัฒนาของที่ระลึกฯ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและบรรจุภัณฑ์	ส่งเสริมให้เกิดการผลิตและพัฒนาของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์ OTOP ท้องถิ่น เพื่อเป็นที่ระลึกความทรงจำให้กับนักท่องเที่ยวให้หวนกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และเกิดการส่งเสริมอาชีพรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นและชุมชน	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน /. สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน / สนง. วัฒนธรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน / หอการค้าจังหวัดแม่ฮ่องสอน / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
6.1และ6.2 และ6.3	12. ส่งเสริมประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น	เพื่อสืบสานประเพณีวัตนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่และนำมาเป็นจุดดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอนมากขึ้น	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน / สนง.วัฒนธรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน / สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
3.6 และ 7.3	13. เจ้าบ้านที่ดี การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว	เพื่อสร้างความเข้าใจและความร่วมมือการเป็นเจ้าบ้านที่ดีและให้ความรู้ข้อแนะนำกับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี และได้รับความปลอดภัยตลอดการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน /สถาบันการศึกษา /ททท.สนง.แม่ฮ่องสอน / สนง. ประชาสัมพันธ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน / หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
7.1 และ 7.4	14. ส่งเสริมการขายสู่สากล	ขยายช่องการตลาดให้มากขึ้นและทำการตลาดเชิงรุก โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ โดยเจาะลึกให้ตรงกลุ่มเป้าหมายอย่างหลากหลายช่องทางและวิธีการ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน /ททท.สนง.แม่ฮ่องสอน / สนง.ประชาสัมพันธ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน / สนง.พาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน / หอการค้าจังหวัดแม่ฮ่องสอน / หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: ชุดโครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอน

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นจังหวัดที่มีจุดเด่นในด้านการท่องเที่ยวถือเป็นจังหวัดแห่งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สวยงาม และหลากหลาย มีศิลปวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น ทำให้อุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวเป็นหัวใจหลักของเศรษฐกิจของจังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ประกอบกับนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลที่กำหนดให้การท่องเที่ยว เป็นวาระสำคัญเร่งด่วน ในการเป็นกลไกหลักในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจของประเทศ โดยได้วางเป้าหมายที่จะมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นมูลค่าสูงถึง ๒.๒ ล้านล้านบาท เพื่อสนองต่อนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาประเทศในภาพรวม อีกทั้งในปัจจุบันรูปแบบของการท่องเที่ยวมีหลากหลายทางเลือก นักท่องเที่ยวสามารถเลือกรูปแบบการท่องเที่ยว ให้เหมาะสมกับความต้องการได้ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสปา การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย รวมทั้งการบริการนักท่องเที่ยวด้านที่พักโรงแรม โฮมสเตย์ และกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีความหลากหลาย หลายแห่งได้รับการรับรองมาตรฐาน จากหน่วยงานที่ควบคุมกำกับดูแล จนเป็นที่ยอมรับในตลาดการท่องเที่ยวว่าเป็นบริการที่มีมาตรฐานและมีคุณภาพ ประกอบกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอนกระจายตัวอยู่ในทุกอำเภอ การสร้างจุดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละอำเภอจะช่วยให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวในจังหวัดได้เป็นอย่างดี ทั้งการจัดพิพิธภัณฑ์ของอำเภอ เพื่อเก็บรวบรวมโบราณวัตถุที่บ่งบอกถึงประวัติศาสตร์การสร้างเมือง และส่งเสริมให้มีการพัฒนาองค์ความรู้เชิงประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเข้ามาเป็นจุดขายในการส่งเสริมการท่องเที่ยว อาทิ ประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ในแต่ละพื้นที่ ล้วนเป็นอัตลักษณ์ที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวให้จังหวัดแม่ฮ่องสอนอีกทั้ง จังหวัดแม่ฮ่องสอนได้กำหนดให้โครงการตามพระราชดำริเป็นพื้นที่เป้าหมายในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดแม่ฮ่องสอน ได้แก่ ศูนย์บริการและพัฒนาลุ่มน้ำปายตามพระราชดำริ, ศูนย์บริการและพัฒนาที่สูงปางตอง และศูนย์ศิลปาชีพในพระบรมราชินูปถัมภ์ ซึ่งมีภารกิจหลักในการพัฒนาด้านคุณภาพชีวิตของประชาชนให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ในขณะเดียวกันยังได้ส่งเสริมพื้นที่ดังกล่าวให้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดแม่ฮ่องสอน เนื่องจากว่าพื้นที่ดังกล่าวตั้งอยู่บนพื้นที่สูง มีความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้ จึงเหมาะแก่การพักผ่อนทั้งในฤดูท่องเที่ยวและนอกฤดูท่องเที่ยว โดยชุดโครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอนสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล ข้อที่ 6. (6.6) แผนพัฒนาจังหวัดแม่ฮ่องสอน 4 ปี (พ.ศ. 2561-2564) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2.2 ตลอดจน ยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1

สรุปแนวคิดโครงการ

เพื่อเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยชักจูงให้นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติเข้ามาเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอนโดยสร้างสิ่งจูงใจและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกื้อกูลต่อบรรยากาศการท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวอันมีลักษณะโดดเด่น เช่น กลุ่มธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประวัติศาสตร์ และเกษตร รวมทั้งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอนทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเดิมและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ โดยเน้นการให้ความรู้และเพิ่มมาตรฐานความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การควบคุมสินค้าและบริการให้มีคุณภาพราคาเป็นธรรม ตลอดจนการอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

กิจกรรมที่ 1 : จัดทำฐานข้อมูลการท่องเที่ยว จ.แม่ฮ่องสอน

กิจกรรมที่ 2 : จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

กิจกรรมที่ 3 : จัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอน

กิจกรรมที่ 4 : จัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวฯ ตามกลุ่มเป้าหมาย กิจกรรมที่ 5: พัฒนาหมู่บ้านอัตลักษณ์หัตถกรรมหมู่บ้านอุตสาหกรรม กิจกรรมที่ 6: พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน กิจกรรมที่ 7: สร้างความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว กิจกรรมที่ 8: พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว กิจกรรมที่ 9: พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว กิจกรรมที่ 10: ปรับปรุงภูมิทัศน์ชุมชนแหล่งท่องเที่ยว/ขยะ/Internet กิจกรรมที่ 11: พัฒนาของที่ระลึกฯ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและบรรจุภัณฑ์ กิจกรรมที่ 12: ส่งเสริมประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ และหมู่บ้านประชารัฐ กิจกรรมที่ 13: เจ้าบ้านที่ดีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมที่ 14: ส่งเสริมการขายสู่สากล
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1.การวางแผนและการบริหาร 2.การพัฒนาการท่องเที่ยว กิจกรรม และของที่ระลึก 3.การพัฒนาตลาดและประชาสัมพันธ์ ทั้ง 3 กลไกการดำเนินงานข้างต้น หน่วยงานหลักในการดำเนินการ คือ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ ททท.สนง.แม่ฮ่องสอน สำนักงานจังหวัดแม่ฮ่องสอน สนง.วัฒนธรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน สนง.ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดแม่ฮ่องสอน หอการค้าจังหวัดแม่ฮ่องสอน สภาอุตสาหกรรมจังหวัดฯ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน
ผลลัพธ์: จังหวัดแม่ฮ่องสอนมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และเกษตร ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และทำให้ประชาชนในจังหวัดมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
ผลผลิต: การจัดกิจกรรมที่เป็นความร่วมมือและความเข้าใจจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยร่วมกันดำเนินการในแต่ละกิจกรรมจนสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1) การจัดกิจกรรมที่สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดโดยเฉลี่ย(ตั้งแต่ร้อยละ 80-100) 2) นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 5) 3) รายได้จากการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 5)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
ขั้นตอนที่ 1. การวางแผนและการบริหาร					
1.1 จัดทำฐานข้อมูลกลางด้านการท่องเที่ยว	งปม.60-65			1. สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน 2. สนง.วัฒนธรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน 3. หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง	
1.2 จัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว	งปม.60-65			1. สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน 2. สำนักงานจังหวัดแม่ฮ่องสอน 3. ททท.สนง.แม่ฮ่องสอน 4. หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง	
1.3 จัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวตามกลุ่มเป้าหมาย	งปม.60-65			1. สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน 2. สำนักงานจังหวัดแม่ฮ่องสอน 3. ททท.สนง.แม่ฮ่องสอน 4. สนง.วัฒนธรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน 5. สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน 6. หอการค้าจังหวัดแม่ฮ่องสอน 7. หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง	
1.4 จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว	งปม.60-65			1. สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน 2. ททท.สนง.แม่ฮ่องสอน 3. สนง.ประชาสัมพันธ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน 4. หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1.5 จัดทำแผนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรตามรอยพ่อภายใต้โครงการตามพระราชดำริ	งปม.60-65			1. ศูนย์พัฒนาและบริการลุ่มน้ำปาย (ท่าโป่งแดง) 2. ศูนย์พัฒนาและบริการที่สูงปางตอง 3. ศูนย์ศิลปาชีพในพระบรมราชินูปถัมภ์ 4. หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง	
1.6 จัดทำมาตรการสร้างความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว	งปม.60-65			1. สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน 2. ตำรวจท่องเที่ยวแม่ฮ่องสอน 3. หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง	
ขั้นตอนที่ 2.การพัฒนาการท่องเที่ยว กิจกรรม และของที่ระลึก					
2.1 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว	งปม.60-65			1. สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน 2. สถาบันการศึกษา 3. หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง	
2.2 การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน	งปม.60-65			1. สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน 2. สถาบันการศึกษา 3. ททท.สนง.แม่ฮ่องสอน 4. เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) 5. หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง	
2.3 การพัฒนาหมู่บ้านอัตลักษณ์หัตถกรรม หมู่บ้านอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมู่บ้านประชารัฐ	งปม.60-65			1. สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน 2. สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน 3. สนง.วัฒนธรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
				4. หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง	
2.4 การปรับปรุงโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ภูมิทัศน์ชุมชน แหล่งท่องเที่ยว	งปม.60-65			1. สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน 2. สนง.ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดแม่ฮ่องสอน 3. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 4. หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง	
2.5 การขยายเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ	งปม.60-65			1. สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน 2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	
2.6 การจัดการขยะ	งปม.60-65			1. สนง.ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดแม่ฮ่องสอน 2. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	
2.7 การพัฒนาเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพด้วยระบบมาตรฐานและนวัตกรรม	งปม.60-65			1.สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน 2.หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง	
2.8 การพัฒนาของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรมและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	งปม.60-65			1. สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน 2. สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน 3. สนง.วัฒนธรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน 4. หอการค้าจังหวัดแม่ฮ่องสอน	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
				5.หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง	
ขั้นตอนที่ 3.การพัฒนาตลาดและประชาสัมพันธ์					
3.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว	งปม.60-65			1. สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน สถาบันการศึกษา 2.ททท.สนง.แม่ฮ่องสอน 3. สนง.ประชาสัมพันธ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน 4. หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง	
3.2 การส่งเสริมการขายสู่สากล	งปม.60-65			1. สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแม่ฮ่องสอน 2.ททท.สนง.แม่ฮ่องสอน 3. สนง.ประชาสัมพันธ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน 4. สนง.พาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน 5. หอการค้าจังหวัดแม่ฮ่องสอน 6. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	

3.1.7 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดลำปาง

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดลำปาง

จังหวัดลำปาง ได้มีการกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

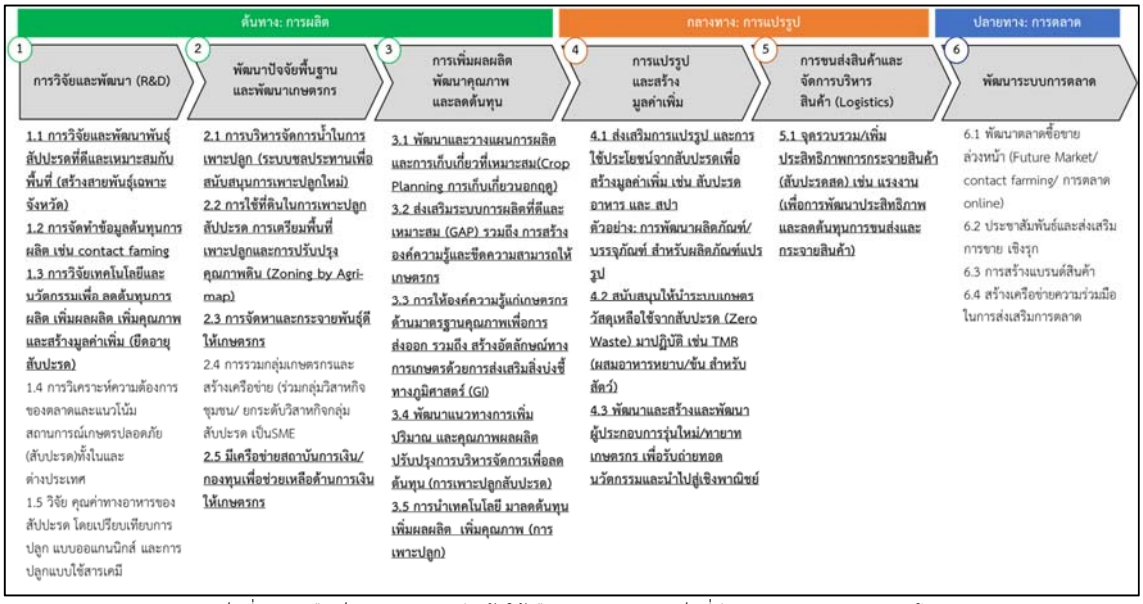
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
เกษตรปลอดภัย(สับปะรด)	- เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ 1 ใน 5 ลำดับแรกของจังหวัด ได้แก่ ข้าวนาปีและข้าวนาปรัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ถั่วลิสง และสับปะรดโดยการผลิตพืชเศรษฐกิจแต่ละประเภทมีแนวโน้มการเติบโต - มีโอกาสต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรปลอดภัย GAP และผ่านการแปรรูปได้มากเพื่อสร้างจุดเด่น และลดต้นทุนการผลิตเพื่อสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพ
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิถีชุมชนและสุขภาพ (สปา/น้ำพุร้อน)	- จังหวัดลำปาง มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดดเด่นด้านวัฒนธรรม มีวัดที่มีศิลปกรรมแบบพม่ามากที่สุดในประเทศไทย มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก และประเทศ - มีสินค้าชุมชน หรือผลิตภัณฑ์ OTOP ในหลากหลายประเภทสินค้า/ผลิตภัณฑ์ ทั้งผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ผลิตภัณฑ์งานฝีมือ ผ้าทอ ไม้แกะสลัก เป็นต้น ซึ่งเป็นอีกหนึ่งฐานเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัด เป็นฐานเศรษฐกิจที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ทางสังคมวัฒนธรรมที่เป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวของจังหวัดได้อย่างชัดเจน - มีโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับสินค้าและบริการขยายตัวของธุรกิจสปา น้ำพุร้อน ส่งผลให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมล้านนา สินค้าOTOP รวมทั้งเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดในกลุ่มล้านนาและประเทศเพื่อนบ้าน

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: เกษตรปลอดภัย(สับปะรด)</u>

ภายใต้ประเด็นเกษตรปลอดภัย(สับปะรด)ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้าและ จัดการบริหารสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) เกษตรปลอดภัย (สับปะรด) ของจังหวัดลำปาง



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.4 การวิเคราะห์ความต้องการของตลาดและแนวโน้มสถานการณ์เกษตรปลอดภัย(สับปะรด)ทั้งในและต่างประเทศ 1.5 วิจัย คุณค่าทางอาหารของสัปปะรด โดยเปรียบเทียบการปลูก แบบออแกนนิกส์ และการปลูกแบบใช้สารเคมี
2.พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.4 การรวมกลุ่มเกษตรกรและสร้างเครือข่าย (ร่วมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน/ ยกระดับวิสาหกิจกลุ่มสับปะรด เป็นSME
6.พัฒนาระบบการตลาด	6.1 พัฒนาตลาดซื้อขายล่วงหน้า (Future Market/ contact farming/ การตลาด online) 6.2 ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย เชิงรุก 6.3 การสร้างแบรนด์สินค้า 6.4 สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการส่งเสริมการตลาด

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

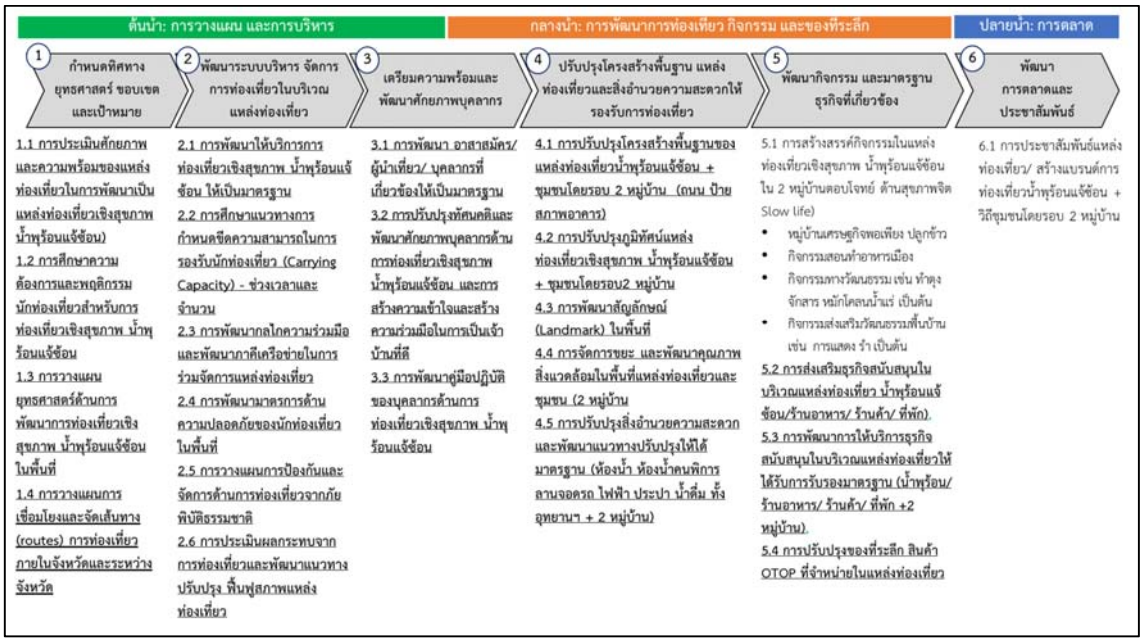
ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[13]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.5	1. โครงการวิจัยคุณค่าอาหารของสับปะรดโดยเปรียบเทียบการปลูกแบบออแกนนิกและการปลูกแบบใช้สารเคมี	ศึกษาวิจัยเพื่อเปรียบเทียบคุณค่าของสารอาหารของสับปะรดสดที่ปลูกโดยใช้ปุ๋ยเคมีกับ ปุ๋ยอินทรี	สนง.จังหวัดลำปาง ร่วมกับมหาวิทยาลัย
1.4 และ 1.5 และ 2.4 และ6.1และ 6.2 และ6.3	2. โครงการพัฒนาและยกระดับเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรด ให้เป็นผู้ประกอบการยุค 4.0	1) พัฒนาเกษตรกรจากสหกรณ์/วิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกสับปะรดให้สามารถเข้าถึงข้อมูลด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงให้มีองค์ความรู้ในการผลิตเพื่อการส่งออก 2) พัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพให้เข้มแข็ง และก้าวสู่ผู้ประกอบการด้วยการนำเทคโนโลยีเข้าไปช่วยในการแปรรูป 3) สร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่เป็น young smart farmer หรือผู้ประกอบการใหม่ที่นำเอาเทคโนโลยีมาช่วยในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ 4) จัดเชื่อมโยงตลาดและสร้างเครือข่ายทั้งเกษตรกรเดิมและผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้สามารถขยายตลาด เข้าถึง แหล่งทุนและยกระดับเป็นผู้ประกอบการ SMEs	สนง.พาณิชย์จังหวัดลำปาง ร่วมกับมหาวิทยาลัย

[13] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: การท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิถีชุมชนและสุขภาพ (สปา/น้ำพุร้อน)

ภายใต้ประเด็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิถีชุมชนและสุขภาพ (สปา/น้ำพุร้อน)ของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ในเบื้องต้นจังหวัดลำปางกำหนดระดับความชัดเจนของการท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ น้ำพุร้อนแจ้ซ้อน เพื่อความชัดเจนในการทำแบบฝึกหัด และได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย 2) พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว 3) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร 4) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 5) พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และ 6) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิถีชุมชนและสุขภาพ (สปา/น้ำพุร้อน) ของจังหวัดลำปาง



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
5. พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	5.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ น้ำพุร้อนแจ้ซ้อน ใน 2 หมู่บ้านตอบโจทย์ ด้านสุขภาพจิต Slow life) หมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง ปลูกข้าว กิจกรรมสอนทำอาหารเมือง กิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น ทำตุง จักสาร หมักโคลนน้ำแร่ เป็นต้น กิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น การแสดง รำ เป็นต้น
6. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	6.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว/ สร้างแบรนด์การท่องเที่ยวน้ำพุร้อนแจ้ซ้อน + วิถีชุมชนโดยรอบ 2 หมู่บ้าน

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[14]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
5.1 พัฒนากิจกรรมและมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	1. โครงการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวจากน้ำพุร้อนแจ้ซ้อนสู่แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนใกล้เคียง	ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในหมู่บ้านใกล้เคียงน้ำพุร้อนแจ้ซ้อนเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว กระจายการท่องเที่ยวและรายได้สู่ชุมชนใน 2 หมู่บ้านใกล้เคียง	สนง.พัฒนชุมชนจังหวัด
6.1 การพัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	2. โครงการการสร้างแบรนด์โดยการจัดทำแพคเกจการท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	การสร้างแบรนด์แหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนแจ้ซ้อน และชุมชนโดยรอบ 2 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่บ้านแจ้ซ้อนเหนือ และหมู่บ้านศรีดอนมูล โดยจัดทำ Package การท่องเที่ยวที่ครบวงจร เพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และการจัดทำ Application	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำปาง

[14] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดลำปาง

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด โดยในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน มีสรุปรายละเอียดดังนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: เกษตรปลอดภัย(สับปะรด)

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ 1 ใน 5 ลำดับแรกของจังหวัด ได้แก่ ข้าวนาปีและข้าวนาปรัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ถั่วลิสง และสับปะรดโดยการผลิตพืชเศรษฐกิจแต่ละประเภทมีแนวโน้มการเติบโต
- มีโอกาสต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรปลอดภัย GAP และผ่านการแปรรูปได้มากเพื่อสร้างจุดเด่น และลดต้นทุนการผลิตเพื่อสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพ

จังหวัดลำปาง มีพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ 5 ลำดับแรก ได้แก่ ข้าวนาปีและข้าวนาปรัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ถั่วลิสง และสับปะรด สับปะรดจึงเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดลำปาง สภาพพื้นที่ปลูกสับปะรดของจังหวัดลำปาง ปลูกโดยอาศัยสภาพธรรมชาติบริเวณพื้นที่เนินเขา โดยอาศัยน้ำฝนเป็นหลัก มีพื้นที่ปลูกทั้งหมดประมาณ 20,000 ไร่ มีผลผลิตออกจำหน่ายตลอดปีจะมากในช่วงเดือนพฤษภาคม-สิงหาคม ผลผลิตร้อยละ 80 ส่งโรงงานอุตสาหกรรม ร้อยละ 20 ผลิตเพื่อบริโภคสด โดยมีตำบลบ้านเสด็จ อำเภอเมือง มีพื้นที่ปลูกสับปะรดมากที่สุดของจังหวัดลำปาง และทำรายได้เข้าสู่จังหวัดประมาณปีละ 100 ล้านบาท

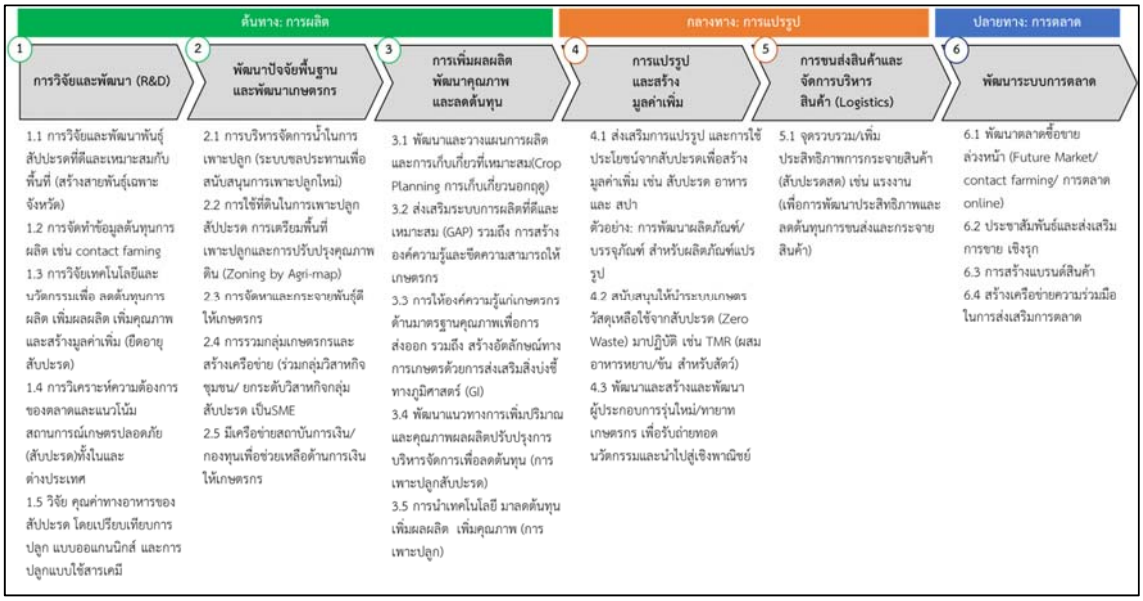
สภาพแวดล้อมของจังหวัดลำปาง เหมาะสำหรับปลูกสับปะรดพันธุ์ปัตตาเวีย (Smooth Cayenne) หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า พันธุ์ศรีราชา มีผลใหญ่ที่สุดในบรรดาสับปะรดด้วยกัน เนื้อมีรสหวานฉ่ำ ใบมีสีเขียวเข้ม กลางใบเป็นร่องมีสีแดงอมน้ำตาล ปลายใบมีหนามเล็กน้อย เป็นพันธุ์เดียวที่ปลูกเพื่อส่งโรงงานสับปะรดกระป๋อง ปลูกมากในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ชลบุรี เพชรบุรี ระยอง และลำปาง

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ(Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.7-9: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion): เกษตรปลอดภัย(สับปะรด) ของจังหวัดลำปาง



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.7-23: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[15]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.3 และ3.1 และ 4.1และ 6.2	แก้ไขปัญหาสับปะรดล้นตลาดจังหวัดลำปาง	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง/ บ.ประชารัฐ/ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง	ประกอบด้วย 4 กิจกรรมหลัก 1. ด้านนโยบาย: การบริหารจัดการสับปะรดลำปาง 2. แปรรูป: เป็นอาหาร เวชสำอาง โครงการ 1. พัฒนาผู้ประกอบการ 2. ใช้นวัตกรรมชั้นสูงในการแปรรูปสับปะรด 3. การจัดการท่องเที่ยวแปลงสับปะรด บ้านเสด็จ อ.เมือง โดยร่วมกับ อบต. 4. การวางแผนการผลิต: การบริหารจัดการ ดิน น้ำ พันธุ์ ปุ๋ย การติดตาม
1.1	บูรณาการองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และ	ศูนย์ประสานงาน ก.วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ประจำ	1. เพื่อการพัฒนาสายพันธุ์สับปะรดประจำจังหวัดที่มีอัตลักษณ์หรือคุณสมบัติเฉพาะเหมาะสมต่อการ

[15] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
	นวัตกรรมเพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพ ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดจังหวัดลำปาง	ภูมิภาคภาคเหนือตอนบน 1/ สนง.สหกรณ์จังหวัดลำปาง	ปลูกในพื้นที่ ทำให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มต่อผลผลิตสับปะรดและผลิตภัณฑ์แปรรูป 2. หน่วยงานภาครัฐ เกษตรกรสามารถใช้เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ เพื่อใช้ประโยชน์จากข้อมูลดาวเทียมและข้อมูลภูมิสารสนเทศในการวางแผนการบริหารจัดการเกษตรการเพาะปลูก การเพิ่มผลผลิตและเพื่อวางแผนด้านการตลาด ซึ่งเป็นแนวทางปฏิบัติงานและการพัฒนาทักษะในการแก้ไขปัญหาทางการเกษตรอย่างเป็นรูปธรรมและครบวงจร
1.2	โครงการส่งเสริม-พัฒนา การผลิตสับปะรดคุณภาพที่ได้มาตรฐานและปลอดภัยแบบครบวงจรและยั่งยืน	สนง.เกษตรจังหวัดลำปาง	สับปะรด เป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญของจังหวัดลำปาง การจัดทำระบบฐานข้อมูลผู้ปลูกสับปะรดรายแปลงถือเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องดำเนินการ เพื่อเป็นข้อมูลและจัดทำระบบฐานข้อมูลผู้ปลูกสับปะรดรายแปลง
1.3	บูรณาการองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพ ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดจังหวัดลำปาง	ศูนย์ประสานงาน ก.วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ประจำภูมิภาคภาคเหนือตอนบน 1/ สนง.สหกรณ์จังหวัดลำปาง	1. เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในจังหวัดลำปางได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่จำเป็นและเหมาะสม ต่อการเพาะปลูกสับปะรดในพื้นที่จังหวัดลำปาง เพื่อให้ได้ ผลผลิตสับปะรดที่มีคุณภาพ ตรงกับความต้องการของผ้าบริโภค และตลาดภาคอุตสาหกรรมแปรรูป และสามารถเก็บรักษาผลผลิต ได้นานขึ้นเพื่อกระจายผลผลิตไปจำหน่ายยังสถานที่ต่าง ๆ สามารถมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่าย 2. เกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และผู้ผลิตได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสับปะรดในรูปแบบต่าง ๆ ให้มีความหลากหลาย และสามารถขยายโอกาสทางการตลาด สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสับปะรดในรูปแบบต่าง ๆ

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
			3. การกระตุ้นให้เกิดการใช้ประโยชน์ผลผลิตสับปะรดในพื้นที่จังหวัดลำปาง ได้มากขึ้น ลดผลกระทบจากปัญหาผลผลิตตกต่ำ ในช่วงที่มีผลผลิตสับปะรดออกสู่ตลาดพร้อมกันจำนวนมากในพื้นที่จังหวัดลำปาง
2.1	2.1.1 สนับสนุนแปลงเดิมที่ปลูกสับปะรด โครงการปรับปรุงคลองซอย 1RMC 2ก RMC แม่วัง ต.บุญนาคพัฒนา อ. เมือง ลำปาง จ.ลำปาง	โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาแม่วัง สนง.ชลประทานที่ 2	- ในพื้นที่คลองส่งน้ำ คลองซอย 1RMC 2กRMC แม่วัง เป็นพื้นที่รับผิดชอบของโครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาแม่วัง ในเขตต.บุญนาคพัฒนา อ. เมือง ลำปาง จ.ลำปาง มีพื้นที่ชลประทานกว่า 2,000 ไร่ และมีเกษตรกรบางส่วนได้ปลูกสับปะรดกว่า 20 แปลงพื้นที่ปลูกสับปะรดกว่า 260 ไร่ ดังนั้นเพื่อเป็นการสนับสนุนน้ำต้นทุน โดยที่เกษตรกรที่ปลุกสับปะรดไม่ต้องผึ่งต้นทุนเพียงน้ำฝนอย่างเดียว โดยการส่งน้ำและบำรุงรักาแม่วัง มีแผนที่จะปรับปรุงคลองซอย ด้งกล่าว ในปีงบประมาณ 2562 โดยใช้งบประมาณ 8 ล้านบาทในการดำเนินงาน - กลไกการทำงาน ดำเนินการปรับปรุงคลองซอย 1RMC 2ก RMC โดยการคาดคอนกรีตคลองส่งน้ำทั้ง 2 เส้น ขนาดก้นคลอง 0.70 เมตร สูง 1 เมตร ความยาวระบบรวม 3,450 เมตร และ อาคารท่อส่งน้ำเข้ามา จำนวน 12 แห่ง
2.1	2.1.2 สนับสนุน เพิ่มพื้นที่ ที่ส่งเสริมปลูกสับปะรด ทดแทนการปลูกมันและข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ โครงการการปรับปรุงระบบส่งน้ำอ่างเก็บน้ำห้วยส้ม ต. แม่ทะ อ.แม่ทะ จ.ลำปาง	โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาแม่วัง สนง.ชลประทานที่ 2	- ในพื้นที่ที่รับน้ำจากอ่างเก็บน้ำห้วยส้ม เดิมเกษตรกรส่วนใหญ่ทำการเพาะปลูก มันและข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ กว่า 300 ไร่ และเพาะปลูกข้าวในพื้นที่ราบกว่า 500 ไร่ โดยใช้ระบบเดิมของราษฎร โดยการชลประทานลำปาง มีแผนที่จะดำเนินการระบบส่งน้ำห้วยส้ม โดยระบบต่อ ทั้งนี้พื้นที่ด้านฝั่งซ้ายของลุ่มน้ำห้วยส้ม กว่า 300 ไร่ ที่ทำการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และมีแผนที่ส่งเสริมการปลูกสับปะรด โดยอาศัยน้ำต้นทุนจากระบบดังกล่าว ที่มีแผนในการดำเนินปีงบประมาณ 2562 โดยใช้งบประมาณ 10 ล้านบาท

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
			- กลไกการทำงาน วางระบบท่อส่งน้ำขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 12 นิ้ว ประมาณ 2,800 เมตร และขนาด 9นิ้ว ประมาณ 1,300 และอาคารส่งน้ำ 8 แห่ง
2.2	การบริหารจัดการพื้นที่เกษตตรกรรม (Zoing by Agri-map) สับปะรด จ.ลำปาง	สถานีพัฒนาที่ดิน จ.ลำปาง โดยงบปกติของหน่วยงาน	- เพื่อให้เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดรู้ เข้าใจ และสามารถใช้แผนที่สำหรับบริหารจัดการการเกษตร (สับปะรด) ของ จังหวัดลำปาง ที่มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและในอนาคต ในมิติของปัจจัยการผลิต อุปสงค์และอุปทาน - วิธีการ ให้ความรู้และฝึกปฏิบัติจากของจริง
2.3	โครงการส่งเสริมและพัฒนาการผลิตสับปะรดคุณภาพที่ได้มาตรฐานและปลอดภัยแบบครบวงจรและยั่งยืน	สนง.เกษตรจังหวัดลำปาง	จัดหาพันธุ์สับปะรดที่ดี มีคุณภาพและ เหมาะสมกับพื้นที่เพาะปลุกของจังหวัดลำปาง และส่งเสริมให้เกษตรกรเพาะปลูกสับปะรดพันธุ์ดีที่เหมาะสมกับพื้นที่ในจังหวัดลำปาง เพื่อให้เกษตรกรได้พันธุ์สับปะรดที่ดีมีคุณภาพ
2.5	โครงการเครือข่ายสถาบันการเงิน/กองทุนเพื่อช่วยเหลือด้านการเงินให้เกษตรกร	ธกส.	ช่วยเหลือด้านการเงินให้เกษตรกรโดยเครือข่ายสถาบันการเงิน/กองทุน
3.1	โครงการส่งเสริมการผลิตสับปะรดนอกฤดูให้ปลอดภัยและได้มาตรฐาน	สนง.เกษตรจังหวัดลำปาง	ส่งเสริมการผลิตสับปะรดนอกฤดู เพื่อแก้ไขปัญหาสับปะรดล้นตลาดและราคาตกต่ำ เพื่อให้ได้ผลผลิตออกตลอดปี และส่งเสริมให้เกษตรกรมีการวางแผนการผลิตที่ดี
3.2	โครงการส่งเสริมและพัฒนาการผลิตสับปะรดคุณภาพที่ได้มาตรฐานและ	สนง.เกษตรจังหวัดลำปาง	ส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตสับปะรดตามระบบเกษตรดีที่เหมาะสม (GAP) เพื่อให้เกิดตวามปลอดภัยทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค โดยการถ่ายทอดความรู้ การผลิตตามระบบ GAP พัฒนาการผลิตสู่เกษตรอินทรีย์

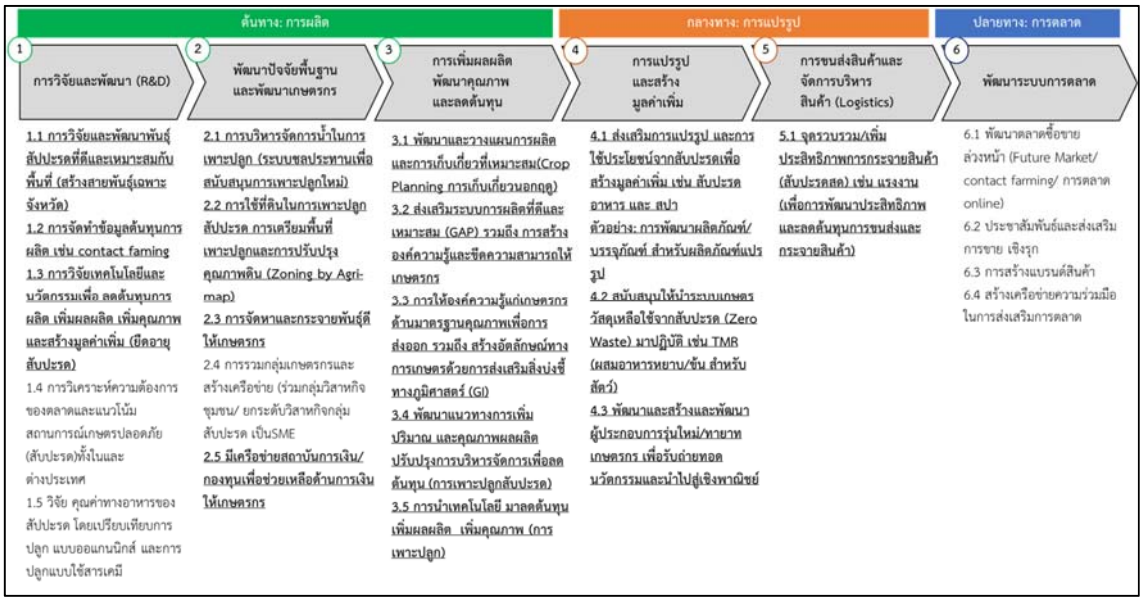
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
	ปลอดภัยแบบครบวงจรและยั่งยืน		
3.4 และ 3.5	ระบบส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่ (สับปะรด)	สนง.เกษตรจังหวัดลำปาง	- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาในการปรับโครงการสร้างการผลิตสินค้าเกษตรโดยเน้น ในเรื่องการลดต้นทุนการผลิต โดยการรวมแปลงการผลิตของเกษตรกรเป็นแปลงใหญ่ มีหลักการคือ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดต้นทุนการผลิต เพิ่มผลผลิตและผลผลิตมีคุณภาพได้มาตรฐาน ตรงตามความต้องการของตลาด มีการผลิตร่วมกันเป็นกลุ่มและมีการเชื่อมโยงกับตลาด เมื่อบริหารจัดการให้เกิดสมดุลระหว่างอุปทานและอุปสงค์ของสินค้า แก้ปัญหาเรื่องสินค้าล้นตลาดและราคาสินค้าตกต่ำ ภายใต้การบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน - จังหวัดลำปาง มีพื้นที่ปลูกสับปะรดในปี 2560 จำนวน 24,500 ไร่ ผลผลิตรวม 51,500 ตัน ผลผลิตออกสู่ตลาดมากในเดือน มิถุนา-กรกฎาคม คิดเป็นร้อยละ 72 หรือ 37,000 ตัน ของผลผลิตรวมทั้งหมด ซึ่งจะออกสู่ตลาดพร้อมกับแหล่งผลิตใหญ่ ได้แก่ จ.ประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นที่ตั้งของโรงงานผลิตสับปะรด ทำให้บางปีราคาสับปะรดตกต่ำ เนื่องจากสับปะรดมีปริมาณมากและโรงงานเลือกซื้อสับปะรดในพื้นที่ก่อน จึงมีแนวคิดในการพัฒนานี้
4.2	เพิ่มมูลค่าวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร (Zero Waste) สับปะรด จังหวัดลำปาง	สนง.ปศุสัตว์จังหวัดลำปาง	- นำวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร (เปลือก ใบของสับปะรด) มาเป็นอาหารสัตว์ (โค กระบือ แพะ แกะ) สับและให้กินสด ลดต้นทุนอาหารสัตว์ให้กับผู้เลี้ยงปศุสัตว์ - วิธีการ ให้ความรู้ ความเข้าใจกับเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในการเพิ่มมูลค่าให้กับสับปะรด และให้ความรู้ความเข้าใจกับเกษตรกรผู้เลี้ยงปศุสัตว์ ในการใช้สับปะรดเป็นอาหารเพื่อลดต้นทุน

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.7-24: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.4 การวิเคราะห์ความต้องการของตลาดและแนวโน้มสถานการณ์เกษตรปลอดภัย(สับปะรด)ทั้งในและต่างประเทศ 1.6 วิจัย คุณค่าทางอาหารของสัปปะรด โดยเปรียบเทียบการปลูก แบบออแกนนิกส์ และการปลูกแบบใช้สารเคมี
2.พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.4 การรวมกลุ่มเกษตรกรและสร้างเครือข่าย (ร่วมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน/ ยกระดับวิสาหกิจกลุ่มสับปะรด เป็นSME
6.พัฒนาระบบการตลาด	6.1 พัฒนาตลาดซื้อขายล่วงหน้า (Future Market/ contact farming/ การตลาด online) 6.2 ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย เชิงรุก 6.3 การสร้างแบรนด์สินค้า 6.4 สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการส่งเสริมการตลาด

แผนภาพที่ 3.7-10: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion): เกษตรปลอดภัย(สับปะรด) ของจังหวัดลำปาง



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดลำปาง

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.7-25: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[16]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.5	1. โครงการวิจัยคุณค่าอาหารของสับปะรดโดยเปรียบเทียบการปลูกแบบออแกนนิกและการปลูกแบบใช้สารเคมี	ศึกษาวิจัยเพื่อเปรียบเทียบคุณค่าของสารอาหารของสับปะรดสดที่ปลูกโดยใช้ปุ๋ยเคมีกับ ปุ๋ยอินทรี	สนง.จังหวัดลำปาง/ มหาวิทยาลัย
1.4 และ 1.5และ 2.4และ6.1และ 6.2 และ6.3	2. โครงการพัฒนาและยกระดับเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรด ให้เป็นผู้ประกอบการยุค 4.0	1) พัฒนาเกษตรกรจากสหกรณ์/วิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกสับปะรดให้สามารถเข้าถึงข้อมูลด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงให้มีองค์ความรู้ในการผลิตเพื่อการส่งออก 2) พัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพให้เข้มแข็ง และก้าวสู่ผู้ประกอบการด้วยการนำเทคโนโลยีเข้าไปช่วยในการแปรรูป	สนง.พาณิชย์จังหวัดลำปาง / มหาวิทยาลัย

[16] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
		3) สร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่เป็น young smart farmer หรือผู้ประกอบการใหม่ที่นำเอาเทคโนโลยีมาช่วยในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ 4) จัดเชื่อมโยงตลาดและสร้างเครือข่ายทั้งเกษตรกรเดิมและผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้สามารถขยายตลาด เข้าถึง แหล่งทุนและยกระดับเป็นผู้ประกอบการ SMEs	

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: 1. โครงการวิจัยคุณภาพทางอาหารของสับปะรดที่โดยเปรียบเทียบการปลูกแบบออแกนนิกและการปลูกแบบใช้สารเคมี
ที่มา / หลักการและเหตุผล: สับปะรดเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดลำปาง ที่มีพื้นที่เพาะปลูกประมาณ 20,000 ไร่ โดยอาศัยน้ำฝนเป็นหลัก มีผลผลิตออกจำหน่ายตลอดปีจะมีผลผลิตมากในช่วงเดือนพฤษภาคม ถึงสิงหาคม โดยผลผลิตร้อยละ 80 ส่งโรงงาน และร้อยละ 20 ผลิตบริโภคที่ทำรายได้ปีละ 100 ล้านบาท เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้ปุ๋ยเคมีมากกว่าปุ๋ยอินทรีย์ในการเร่งผลผลิต ซึ่งส่งผลกระทบต่อการแปรรูปคือ สับปะรดสดที่มีปริมาณไนเตรตตกค้างในผลสับปะรดสูงสารไนเตรทจะไปทำปฏิกิริยากับดีบุกที่เคลือบผิวด้านในของกระป๋อง ทำให้ด้านในของกระป๋องเกิดเป็นสีดำเป็นผลเสียต่อคุณภาพการผลิตและส่งออกสับปะรดกระป๋อง จึงทำให้โรงงานรับซื้อสับประรดในราคาต่ำ ทำให้เกิดความเดือนร้อนแก่เกษตรกรผู้ผลิตสับปะรด เพื่อแก้ไขปัญหาราคาและคุณภาพสับปะรดดังกล่าวและเพิ่มมูลค่าการค้าให้สับปะรดเป็นสินค้าที่เป็นพืชเศรษฐกิจและทำรายได้ให้แก่จังหวัดลำปาง จึงควรมีงานวิจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการปลูกสับปะรดแบบปลอดภัย ที่มี ข้อมูลว่าการใช้ปุ๋ยเคมีกับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในการเพาะปลูกสับปะรดว่ามีคุณค่าทางอาหารแตกต่างกันอย่างไรเพื่อเป็นทางเลือกให้เกษตรกรในการเปลี่ยนรูปแบบในการเพาะปลูกสับปะรดในอนาคต
สรุปแนวคิดโครงการ ศึกษาวิจัยเพื่อเปรียบเทียบคุณค่าของสารอาหารของสับปะรดสดที่ปลูกโดยใช้ปุ๋ยเคมีกับ ปุ๋ยอินทรี
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ กำกับงานวิจัยสับปะรดที่ปลูกโดยใช้สารเคมี กับ ปุ๋ยอนินทรีย์ว่ามีคุณค่าทางอาหารแตกต่างกันอย่างไร → ศึกษาวิจัยเพื่อเปรียบเทียบคุณค่าของสารอาหารของสับปะรดสดที่ปลูกโดยใช้ปุ๋ยเคมีกับ ปุ๋ยอินทรี
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1. กำกับงานโดย คณะทำงาน (เช่น สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดลำปาง สำนักงานเกษตรจังหวัดลำปาง เป็นต้น)

2. การศึกษาวิจัยเพื่อเปรียบเทียบคุณค่าของสารอาหารของสับปะรดสดที่ปลูกโดยใช้ปุ๋ยเคมีกับ ปุ๋ยอินทรี โดยสถาบันการศึกษา
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานจังหวัดลำปาง
ผลลัพธ์: 1) เกษตรจังหวัดนำผลที่ได้จากการวิจัยเปรียบเทียบสารอาหารของสับปะรดสดที่ปลูกโดยใช้ปุ๋ยเคมีกับปุ๋ยอินทรี มาจัดแผนปรับปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิตให้เกษตรกรผู้ผลิตสับปะรด
ผลผลิต: รายงานผลการวิจัยเปรียบเทียบคุณค่าของสารอาหารของสับปะรดสดที่ปลูกโดยใช้ปุ๋ยเคมีกับ ปุ๋ยอินทรีย์ ที่ครบถ้วนตามTOR
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1) เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น 2) ผู้บริโภคมีความปลอดภัยในการบริโภคสับปะรด 3) รายงานผลการวิจัยเปรียบเทียบคุณค่าของสารอาหารของสับปะรดสดที่ปลูกโดยใช้ปุ๋ยเคมีกับ ปุ๋ยอินทรีย์ที่ครบถ้วนตามTOR 1 เล่ม 4) จำนวนเกษตรกรที่นำผลการวิจัยฯไปใช้ในการจัดแผนปรับปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิตสับปะรด

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. จัดจ้างสถาบันการศึกษา (มหาวิทยาลัยแม่โจ้ทำการศึกษาวิจัยเพื่อเปรียบเทียบคุณค่าของสารอาหารของสับปะรดสดที่ปลูกโดยใช้ปุ๋ยเคมีกับ ปุ๋ยอินทรี)	ตค 61 – เม.ย. 63	2.5 ล้านบาท		สนง.จังหวัดลำปาง	
2. กำกับการดำเนินการศึกษาให้ถูกต้อง ครบถ้วนตาม TOR				คณะทำงาน	
3. เผยแพร่และถ่ายทอดความรู้ให้เกษตรกรและผู้ประกอบการรวมทั้งผู้ที่สนใจ				สนง.จังหวัดลำปาง	

ชื่อโครงการ: 2. โครงการพัฒนาและยกระดับเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรด ให้เป็นผู้ประกอบการยุค 4.0

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

จังหวัดลำปางมีพื้นที่เพาะปลูกสับปะรด24,524 ไร่ ผลผลิตประมาณ 51,523 ตันต่อปี ที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มสหกรณ์ผู้ปลูกสับปะรดลำปางที่มีสมาชิกกว่า 900 คน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ปลูกสับปะรด และกลุ่มวิสาหกิจที่แปรรูปสินค้าจากสับปะรด เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านจำค่า เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ในช่วงเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนกรกฎาคม ผลผลิตสับปะรดจะออกสู่ตลาดจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดปัญหาผลผลิตล้นตลาดและราคาตก

เพื่อแก้ไขปัญหาราคาและคุณภาพสับประรดดังกล่าวและเพิ่มมูลค่าให้สับปะรดด้วยการแปรรูปให้เป็นสินค้าที่เป็นพืชเศรษฐกิจและทำรายได้ให้แก่เกษตรกร วิสาหกิจชุมชนจังหวัดลำปางเพิ่มมากขึ้น สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดลำปางจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนา (1) เกษตรกรผู้ผลิตสับปะรด ให้มีศักยภาพด้านการผลิต การตลาด โดยการการพัฒนาศักยภาพเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดให้ได้ด้านมาตรฐานคุณภาพสับปะรดเพื่อการส่งออก เป็นต้น (2) พัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพให้เข้มแข็ง และก้าวสู่ผู้ประกอบการด้วยการนำเทคโนโลยีเข้าไปช่วยในการแปรรูป และ (3) สร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่โดยอาจจะคัดเลือกและสร้างผู้ประกอบการใหม่ที่มาจากทายาทเกษตรกร หรือวิสาหกิจชุชนที่มีศักยภาพและบ่มเพาะ/ให้มีองค์ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาธุรกิจ เช่น ด้านการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ รวมถึงช่วยให้เข้าถึงแหล่งทุนในการพัฒนากิจการ (4) จัดกิจกรรมสนับสนุนให้การซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้ามีความคล่องตัวรวมถึงการสร้างเครือข่ายการค้า และการขยายช่องทางการตลาดสินค้าสับปะรด การปลูกสับปะรดแบบปลอดภัย ที่มี ข้อมูลว่าการใช้ปุ๋ยเคมีกับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในการเพาะปลูกสับปะรดว่ามีคุณค่าทางอาหารแตกต่างกันอย่างไรเพื่อเป็นทางเลือกให้เกษตรกรในการเปลี่ยนรูปแบบในการเพาะปลูกสับปะรดในอนาคต

สรุปแนวคิดโครงการ

1) พัฒนาเกษตรกรจากสหกรณ์/วิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกสับปะรดให้สามารถเข้าถึงข้อมูลด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงให้มีองค์ความรู้ในการผลิตเพื่อการส่งออก
2) พัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพให้เข้มแข็ง และก้าวสู่ผู้ประกอบการด้วยการนำเทคโนโลยีเข้าไปช่วยในการแปรรูป
3) สร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่เป็น young smart farmer หรือผู้ประกอบการใหม่ที่นำเอาเทคโนโลยีมาช่วยในการแปรรูปผลิตภัณฑ์
4) จัดเชื่อมโยงตลาดและสร้างเครือข่ายทั้งเกษตรกรเดิมและผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้สามารถขยายตลาด เข้าถึง แหล่งทุนและยกระดับเป็นผู้ประกอบการ SMEs

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1) ศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์ แนวโน้มความต้องการของตลาดสับปะรดปลอดภัยทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงเสนอแนะแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลทุกข้อ VC สับปะรด
2) จัดอบรมเกษตรกรในสหกรณ์ผู้ปลูกสับปะรด และ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกสับปะรดจังหวัดลำปาง เช่น การพัฒนาศักยภาพเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดเกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพสับปะรดเพื่อการส่งออก
3) ค้นหาทายาทเกษตรกร หรือจากวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพเพื่อนำมาพัฒนาโดยการอบรม และใองค์ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการผู้ประกอบการรุ่นใหม่ รวมถึงช่วยให้เข้าถึงแหล่งทุนในการพัฒนากิจการ
4) จัดกิจกรรมเพื่อการขยายช่องทางการตลาดสินค้าสับปะรด จับคู่เจาราการค้า (Business Matching) และสร้างเครือข่ายการค้า และ การจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าสับปะรด

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง : สำนักงานเกษตรและสหกรณ์ จังหวัด สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานสหกรณ์จังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรม และบริษัทประชารัฐรักสามัคคี ลำปาง

กลไก : แผนการดำเนินงานแบบบูรณาการ / พรบ. เกษตรพันธะสัญญา / พรบ. การจัดซื้อจัดจ้าง

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง

ผลลัพธ์:

1) เกษตรกรใช้ฐานข้อมูลสถานการณ์ แนวโน้มความต้องการของตลาดสับปะรดปลอดภัยทั้งในและต่างประเทศมาวางแผนการผลิต/เพาะปลูกสับปะรด
2) กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชนใช้องค์ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพสับปะรดเพื่อการส่งออกและสามารถส่งสับปะรดเป็นสินค้าออกนอกประเทศได้ จนสามารถมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นจนเป็นผู้ประกอบการ SMEs ได้
3) สามารถเป็นผู้ประกอบการทายาทเกษตรกรสามารถพัฒนากระบวนการเพาะปลูกสับปะรด/สร้างมูลค่าเพิ่มจากสับปะรด
4) เกษตรกรมีการรวมกลุ่มและมีตลาดใหม่และมีรายได้ขายสับปะรด ได้เพิ่มมากขึ้น

ผลผลิต:

1) มีข้อมูลสถานการณ์ แนวโน้มความต้องการของตลาดสับปะรดปลอดภัยทั้งในและต่างประเทศ
2) เกษตรกรจากสหกรณ์และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกสับปะรดจังหวัดลำปางได้รับการอบรมเกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพสับปะรดเพื่อการส่งออก
3) ทายาทเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรด/วิสาหกกิจชุมชนได้รับการพัฒนาให้เป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่
4) จัดกิจกรรม เช่น เจรจาการค้า 1 ครั้ง การจัดแสดงสินค้าและจัดจำหน่วยสินค้า 1 ครั้ง เกิดการเชื่อมโยงการค้าและสร้างเครือข่ายธุรกิจสับปะรด

ตัวชี้วัดของโครงการ:

1) มีฐานข้อมูลสถานการณ์ แนวโน้มความต้องการของตลาดสับปะรดปลอดภัยทั้งในและต่างประเทศ จำนวน 1 ฐานข้อมูล
2) จำนวนเกษตรกรจากสหกรณ์และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกสับปะรดจังหวัดลำปางได้รับการอบรมเกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพสับปะรดเพื่อการส่งออก จำนวน 2 กลุ่มๆละ 30 ราย รวม 60 ราย
3) รายได้จากการผลิตของเกษตรกรเพิ่มมากขึ้นเดิมไม่น้อยกว่าร้อยละ X
4) เกิดทายาทเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรด/วิสาหกกิจชุมชนได้รับการพัฒนาให้เป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ จำนวน 5 ราย
5) เกิดการเชื่อมโยงการค้าและสร้างเครือข่ายทางการค้าสินค้าสับปะรดไม่น้อยกว่า 3 คู่ธุรกิจการค้า

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. จ้างที่ปรึกษาวิเคราะห์สถานการณ์ แนวโน้มความต้องการของตลาดสับปะรดปลอดภัยทั้งในและต่างประเทศ อาจจะรวมถึง เสนอ แนะแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลทุกข้อ VC สับปะรด	ตค 61 –ก.ย. 62	5 ล้านบาท		สถาบันการศึกษา	
2. จัดอบรมเกษตรกรในสหกรณ์ผู้ปลูกสับปะรด และ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกสับปะรดจังหวัดลำปาง เช่น การพัฒนาศักยภาพเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดเกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพสับปะรดเพื่อการส่งออก หรือการอบรมอื่นๆ ที่ช่วยยกระดับเกษตรกร ให้มีแนวคิดใหม่ๆ ในการทำธุรกิจ				สนง.พาณิชย์จังหวัดลำปาง	
3. ค้นหาทายาทเกษตรกร หรือจากวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพเพื่อนำมาพัฒนาโดยการอบรมและใองค์ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการผู้ประกอบการรุ่นใหม่ รวมถึงช่วยให้เข้าถึงแหล่งทุนในการพัฒนากิจการ				สนง.พาณิชย์จังหวัดลำปาง ร่วมกับ สถาบันการศึกษา	
4. จัดกิจกรรมเพื่อการขยายช่องทางการตลาดสินค้าสับปะรด เช่น เจรจาการค้า (Business Matching) สร้างเครือข่ายการค้า และ การจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าสับปะรด				สนง.พาณิชย์จังหวัดลำปาง	

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: การท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิถีชุมชนและสุขภาพ (สปา/น้ำพุร้อน)

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- จังหวัดลำปาง มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดดเด่นด้านวัฒนธรรม มีวัดที่มีศิลปกรรมแบบพม่ามากที่สุดในประเทศไทย มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลกและประเทศ
- มีสินค้าชุมชน หรือผลิตภัณฑ์ OTOP ในหลากหลายประเภทสินค้า/ผลิตภัณฑ์ ทั้งผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ผลิตภัณฑ์งานฝีมือ ผ้าทอ ไม้แกะสลัก เป็นต้น ซึ่งเป็นอีกหนึ่งฐานเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัด เป็นฐานเศรษฐกิจที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ทางสังคมวัฒนธรรมที่เป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวของจังหวัดได้อย่างชัดเจน
- มีโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับสินค้าและบริการขยายตัวของธุรกิจสปา น้ำพุร้อน ส่งผลให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมล้านนา สินค้าOTOP รวมทั้งเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดในกลุ่มล้านนาและประเทศเพื่อนบ้าน

จำนวนนักท่องเที่ยวและจำนวนนักทัศนาจรทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในปี 2558 เพิ่มขึ้นจากปี 2557 จำนวน 54,922 คน คิดเป็นร้อยละ 6.83 เนื่องจากนโยบายส่งเสริมการเป็น 12 เมืองต้องห้าม ....พลาด และการค้นพบแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่ได้ประชาสัมพันธ์ให้คนทั่วไปได้รับทราบ

รายได้จากการท่องเที่ยวรวมในปี 2558 มีจำนวน 2,805.14 บาท เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ร้อยละ 11.99 เป็นผลมาจากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในหลากหลายรูปแบบ อาทิ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น ท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น ที่สอดคล้องกับศักยภาพและบริบทของพื้นที่

ตารางที่ 3.7-26: เปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง ปี พ.ศ. 2557-2558

รายการ	ปี 2557		รวม	ปี 2558		รวม
	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ		ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	
จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	437,615	46,267	483,882	466,040	47,739	513,779
จำนวนนักทัศนาจร (คน)	290,150	30,129	320,279	314,119	31,185	345,304
รวม	**727,765**	**76,396**	**804,161**	**780,159**	**78,924**	**859,083**

ตารางที่ 3.7-27: เปรียบเทียบรายได้จากการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง ปี พ.ศ. 2556-2558

รายได้จากการท่องเที่ยว (านบาท้ล)	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
ชาวไทย	2,014.43	2,161.35	2,435.69
ชาวต่างชาติ	330.61	343.55	369.45
รวม	**2,345.04**	**2,504.90**	**2,805.14**

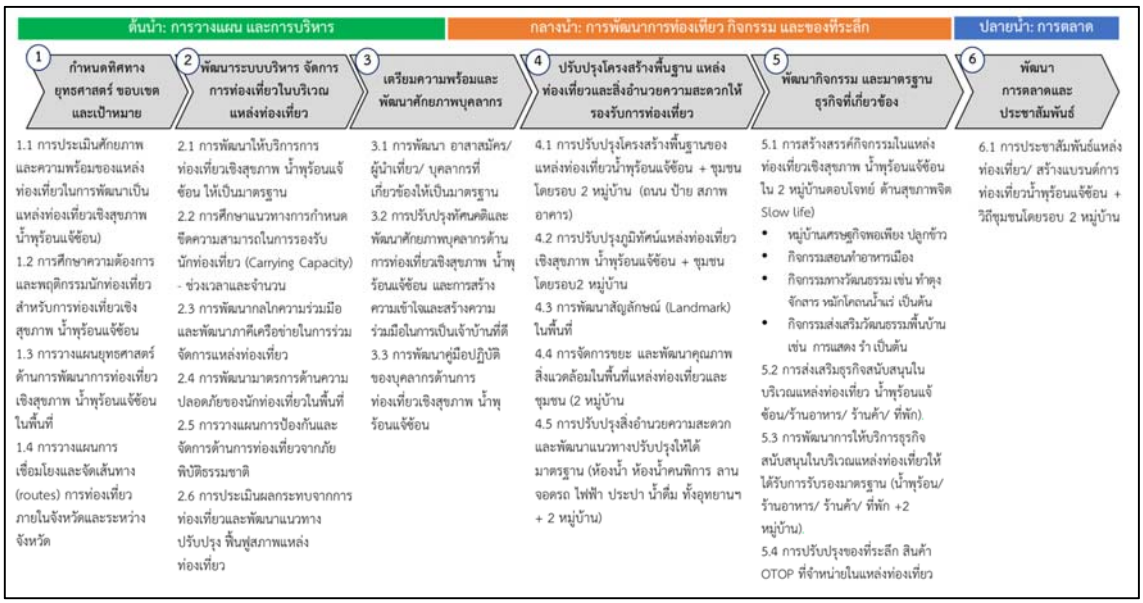
ที่มา : สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำปาง

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควระจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ และเพื่อความชัดเจนในการทำแบบฝึกหัดในเบื้องต้นจังหวัดลำปางกำหนดระดับความชัดเจนของการท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนแจ้ซ้อน มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.7-11: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ น้ำพุร้อนแจ้ซ้อน ของจังหวัดลำปาง



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.7-28: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[17]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1 และ 1.2 และ 1.3 และ 1/4	แผนยุทธศาสตร์เทศบาลนครลำปาง ปี พ.ศ. 2558 -2562 ยุทธศาสตร์ที่ 7 การพัฒนาส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และด้านเศรษฐกิจ • "แผนการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดลำปาง"	สนง. ปลัดกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน	อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อนอยู่ภายใต้การดูแลรับผิดชอบของอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน มีรูปแบบการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจนได้รับรางวัลการท่องเที่ยวมาแล้วในปี 2543 ซึ่งในแผนยุทธศาสตร์นี้ ได้ระบุถึงการพัฒนาอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยพัฒนาสิ่งอวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ที่พัก ที่มีหลายขนาด หลายประเภท ร้านอาหาร สโมสรสำหรับจัดประชุมสัมมนา บริการแช่น้ำแร่ ห้องอาบน้ำ เป็นต้น เพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแหล่งน้ำพุร้อน เป็นลำดับ อีกทั้งยังเป็นแหล่งที่ดำเนินงานตามแนวพระราชดำรัส ในการใช้พลังงานน้ำธรรมชาติมาประยุกต์ดำเนินการสอดคล้องเป็นประโยชน์ และเพื่อเป็นการส่งเสริมและเพื่อเป็นการส่งเสริมการอนุรักษ์และการรักษาสภาพแวดล้อม อีกด้วย

[17] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.1 และ 2.2 และ 2.3และ 2.4และ 2.5และ2.6	แผนยุทธศาสตร์เทศบาลนครลำปาง ปี พ.ศ. 2558 -2562 ยุทธศาสตร์ที่ 7 การพัฒนาส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และด้านเศรษฐกิจ “แผนการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดลำปาง”	สนง. ปลัดกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน	อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อนอยู่ภายใต้การดูแลรับผิดชอบของอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน มีรูปแบบการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจนได้รับรางวัลการท่องเที่ยวมาแล้วในปี 2543 ซึ่งในแผนยุทธศาสตร์นี้ ได้ระบุถึงการพัฒนาอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยพัฒนาสิ่งอวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ที่พัก ที่มีหลายขนาด หลายประเภท ร้านอาหาร สโมสรสำหรับจัดประชุมสัมมนา บริการแช่น้ำแร่ ห้องอาบน้ำ เป็นต้น เพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแหล่งน้ำพุร้อน เป็นลำดับ อีกทั้งยังเป็นแหล่งที่ดำเนินงานตามแนวพระราชดำรัส ในการใช้พลังงานน้ำธรรมชาติมาประยุกต์ดำเนินการสอดคล้องเป็นประโยชน์ และเพื่อเป็นการส่งเสริมและเพื่อเป็นการส่งเสริมการอนุรักษ์และการรักษาสภาพแวดล้อม อีกด้วย
3.1 และ3.2 และ 3.3	โครงการส่งเสริมพัฒนาคุณภาพมาตรฐานการท่องเที่ยวในพื้นที่ 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน <u>กิจกรรมจัดทำหลักสูตรและฝึกอบรม 5 หลักสูตร</u> 1. หลักสูตรอบรมมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว 2. หลักสูตรอบรมมาตรฐานบริการเพื่อการท่องเที่ยว 3. หลักสูตรอบรมมาตรฐานกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว	สนง.จังหวัดลำปาง/ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้งลำปาง	จัดทำโครงการส่งเสริมพัฒนาคุณภาพมาตรฐานการท่องเที่ยวในพื้นที่ 8 จังหวัดภาคเหนือ ตอนบน เพื่อพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวไทยในปัจจุบัน สู่มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยที่สมบูรณ์และมาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียน ไปจนถึงมาตรฐานการท่องเที่ยวในระดับสากล อันจะเป็นกลไกสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
	4. หลักสูตรอบรมมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว 5. หลักสูตรอบรมมาตรฐานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์		ฐานเศรษฐกิจ การสร้างรายได้และอาชีพ รวมถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและการลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจของคนในสังคม
4.1	การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน	อุทยานฯ / สนง.ทางหลวงชนบท/ สนง.จังหวัดลำปาง	- ก่อสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและร้านสวัสดิการจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก โดยได้รับงบประมาณจากโครงการตามแนวทางการสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้เศรษฐกิจภายในประเทศ งบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติมประจำปี พ.ศ.2560 - ปรับปรุงป้ายความหมายให้มี 3 ภาษาประกอบด้วย ภาษาอังกฤษ ภาษาไทยและภาษาจีน - ซ่อมแซมถนนที่มีสภาพชำรุดไม่สามารถใช้การได้ไม่เกิดอันตรายต่อนักท่องเที่ยว - ปรับปรุงทางเดินบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตาม Concept Friendly Design อารยสถาปัตย์เพื่อคนทั้งมวล - ซ่อมแซมอาคารบริการต่าง ๆ บ้านพักนักท่องเที่ยว ให้สามารถบริการนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ - ข้อมูลอุทยานแจ้ซ้อน
4.2	การปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิถีชุมชนและสุขภาพ	อุทยานฯ / สนง.ทางหลวงชนบท/ สนง.จังหวัดลำปาง	- การปรับปรุงห้องอาบน้ำแร่แบบแช่ส่วนตัว โดยออกแบบให้เข้ากับวิถีชุมชนและธรรมชาติ ได้รับ

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
			งบประมาณดำเนินโครงการจากกรมการท่องเที่ยว - การก่อสร้างบ่อแช่เท้า โดยใช้งบประมาณปกติของอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน
4.3	การพัฒนาสัญลักษณ์ (Landmark) ในพื้นที่	อุทยานฯ / สนง.ทางหลวงชนบท/ สนง.จังหวัดลำปาง	- พัฒนาศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จัดนิทรรศการนำเสนอจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว - ส่งเสริมการมีรายได้ของชุมชน โดยการสนับสนุนให้มีสินค้าท้องถิ่นจำหน่ายที่ร้านค้าสวัสดิการและจำหน่ายของที่ระลึกของอุทยาน
4.4	การจัดการขยะและพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและชุมชน	อุทยานฯ / สนง.ทางหลวงชนบท/ สนง.จังหวัดลำปาง	- จัดทำโครงการคัดแยกขยะภายในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการจัดการขยะที่มีคุณภาพ - จัดทำโครงการขยะคืนถิ่น เพื่อสร้างจิตสำนึกในการทิ้งขยะและคัดแยกขยะแก่นักท่องเที่ยว
4.5	การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและพัฒนาแนวทางปรับปรุงให้ได้มาตรฐาน	อุทยานฯ / สนง.ทางหลวงชนบท/ สนง.จังหวัดลำปาง	- ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้น ปรับปรุงห้องน้ำให้มีครบสำหรับทุกเพศวัยและได้มาตรฐาน - ก่อสร้างห้องน้ำ-ห้องสุขา แยกชาย-หญิง จำนวน 2 หลัง โดยได้รับงบประมาณจากโครงการตามแนวทางการสร้าง ความเข้มแข็งและยั่งยืนให้เศรษฐกิจภายในประเทศ งบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติม ประจำปีประมาณ พ.ศ. 2560

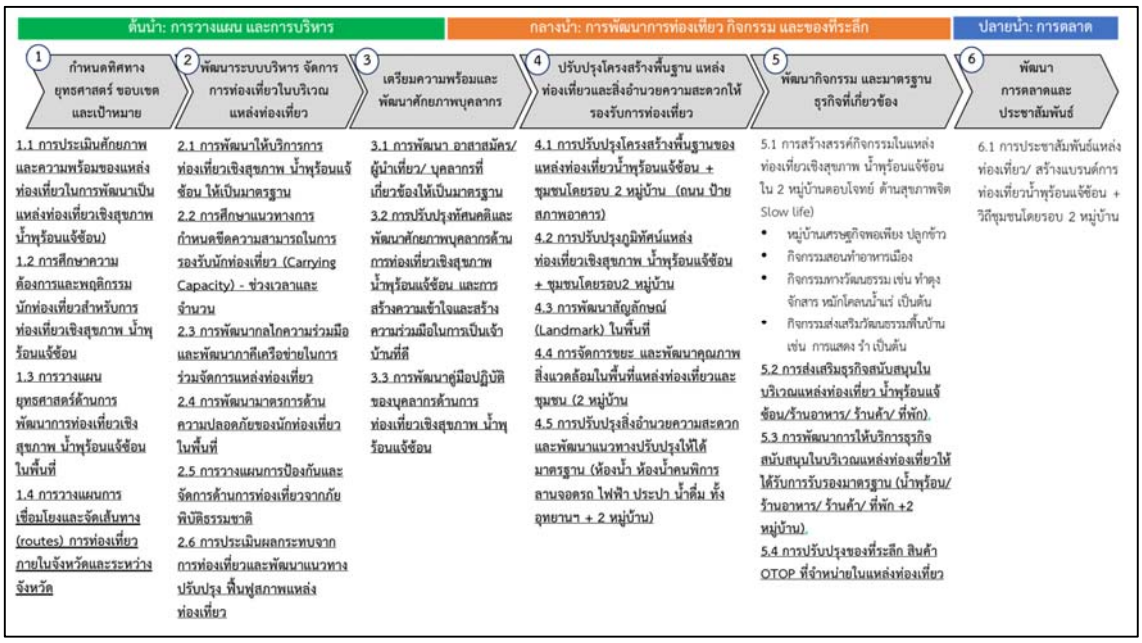
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
5.2 และ 5.3 และ 5.4	โครงการส่งเสริมการค้าการลงทุนและการพัฒนาหัตถกรรมสร้างสรรค์สู่สากล	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง	- พัฒนาหมู่บ้านรอบ ๆ อุทยานฯ แจ้ซ้อนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับอุทยานฯ - ส่งเสริม และพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ ให้เป็นของที่ระลึก ของฝากสำหรับนักท่องเที่ยว โดยผ่านการอบรมจากหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้ได้การรับรองมาตรฐาน - ส่งเสริม สนับสนุน ให้ร้านค้า ร้านอาหาร และที่พักให้ได้รับมาตรฐาน โดยประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความรู้ ความเข้าใจ

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.7-29: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
5. พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	5.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ น้ำพุร้อนแจ้ซ้อน ใน 2 หมู่บ้านตอบโจทย์ ด้านสุขภาพจิต (Slow life) หมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง ปลูกข้าว กิจกรรมสอนทำอาหารเมือง กิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น ทำตุง จักสาร หมักโคลนน้ำแร่ เป็นต้น กิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น การแสดง รำ เป็นต้น
6. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	6.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว/ สร้างแบรนด์การท่องเที่ยวน้ำพุร้อนแจ้ซ้อนและวิถีชุมชนโดยรอบ 2 หมู่บ้าน

แผนภาพที่ 3.7-12: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ น้ำพุร้อนแจ้ซ้อน ของจังหวัดลำปาง



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดลำปาง

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.7-30: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[18]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
5.1	1. โครงการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวจากน้ำพุร้อนแจ้ซ้อนสู่แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนใกล้เคียง	ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในหมู่บ้านใกล้เคียงน้ำพุร้อนแจ้ซ้อนเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว กระจายการท่องเที่ยวและรายได้สู่ชุมชนใน 2 หมู่บ้านใกล้เคียง	สนง.พัฒนชุมชนจังหวัดลำปาง
6.1	2. โครงการการสร้างแบรนด์โดยการจัดทำแพคเกจการท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	การสร้างแบรนด์แหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนแจ้ซ้อน และชุมชนโดยรอบ 2 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่บ้านแจ้ซ้อนเหนือ และหมู่บ้านศรีดอนมูล โดยจัดทำ Package การท่องเที่ยวที่ครบวงจร เพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และการจัดทำ Application	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำปาง

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: 1. โครงการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวจากน้ำพุร้อนแจ้ซ้อนสู่แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนใกล้เคียง
ที่มา / หลักการและเหตุผล: อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อนตั้งอยู่ในเขตแจ้ซ้อนเหนือ หมู่ 11 และบ้านศรีดอนมูล หมู่ 2 ตำบลแจ้ซ้อน อำเภอเมืองปาน ซึ่งอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อนมีคนมาท่องเที่ยว XX คนต่อปีซึ่งจะเที่ยวที่วนอุทยานแจ้ซ้อนและไปสถานที่ท่องเที่ยวอื่นต่อ ขณะที่หมู่บ้านใกล้เคียง 2 หมู่บ้านที่อยู่ในเขตแจ้ซ้อนเหนือ หมู่ 11 และบ้านศรีดอนมูล หมู่ 2 มีวิถีชีวิตชุมชนวัฒนธรรมล้านนา ตลอดจนผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียง สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว รองรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวอุทยานแห่งาติแจ้ซ้อนได้ในอนาคตซึ่งจะทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่ม เศรษฐกิจชุมชนดีขึ้น และคนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี
สรุปแนวคิดโครงการ ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในหมู่บ้านใกล้เคียงน้ำพุร้อนแจ้ซ้อนเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว กระจายการท่องเที่ยวและรายได้สู่ชุมชนใน 2 หมู่บ้านใกล้เคียง
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. พัฒนาศักยภาพแกนนำชุมชน กลุ่องค์กร ด้านการบริหารจัดการสุ่การท่องเที่ยว โยชุมชน 2. จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวใน 2 หมู่บ้านเป็นประจำ อย่างต่อเนื่อง

[18] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

3. พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการในหมู่บ้านให้มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน ตัวอย่าง เช่น ผ้าหมักน้ำแร่ เพื่อใช้สนับสนุนการท่องเที่ยวในหมู่บ้าน เช่น ผ้าเช็ดมือ กล่องกระดาษทิชชู พวงกุญแจ เป็นต้น
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คณะกรรมการประสานงานขับเคลื่อนสานพลังประชารัฐ จังหวัดลำปาง
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง
ผลลัพธ์: • เศรษฐกิจชุมชน 2 หมู่บ้านดีขึ้นมีรายได้เพิ่มขึ้นทำให้ชุมชนเข้มแข็งพึ่งตนเองได้
ผลผลิต: • มีแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
ตัวชี้วัดของโครงการ: • จำนวนรายได้ในชุมชนเพิ่มขึ้น • จำนวนวันพักและนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

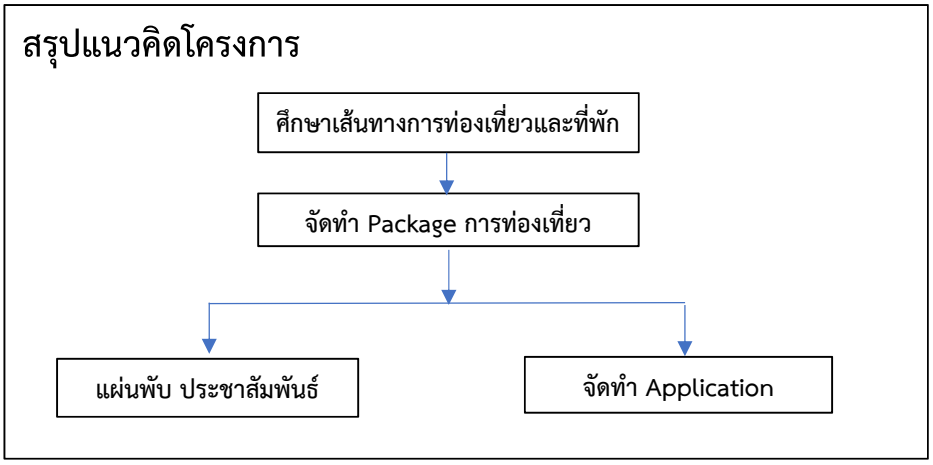
ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (ล้านบาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. พัฒนาศักยภาพแกนนำชุมชน กลุ่มองค์กร ด้านการบริหารจัดการสู่การท่องเที่ยวในชุมชน	ต.ค. 60 – 31 มี.ค. 61	2.0		สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง	
2. จัดกิจกรรมส่งเสริม การท่องเที่ยวในหมู่บ้าน		3.0		สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง	
3. พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการในหมู่บ้านให้มีคุณภาพและได้มาตรฐาน		3.0		สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง	

ชื่อโครงการ: 2.โครงการการสร้างแบรนด์โดยการจัดทำแพคเกจการท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้น มีปัจจัยหลักที่จะนำไปสู่ความสำเร็จก็คือการอาศัยความร่วมมือของชุมชนท้องถิ่นกับหน่วยงานทุกภาคส่วนทั้งในพื้นที่และหน่วยงานที่เป็นผู้กำหนดนโยบายสำคัญในการพัฒนาพื้นที่นั้นๆ เป็นฐานหลักในการพัฒนา การพึ่งพาอาศัยกันของแหล่งท่องเที่ยวหลักและชุมชนโดยรอบร่วมมือกันสร้างจุดขายทางการท่องเที่ยวให้มีความเข้มแข็งตามแนวทางของตนเอง โดยทำให้แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ หลากหลายรูปแบบ อันจะก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต่อไป



สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. ศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยว ศักยภาพของชุมชุน เช่น จำนวนบ้านที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ เป็นต้น
2. จัดทำ Package การท่องเที่ยวชุมชน
3. การจัดทำแผ่นผับประชาสัมพันธ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- สำนักจังหวัดลำปาง, สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำปาง, สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดลำปาง, องค์การบริหารส่วนตำบลแจ้ซ้อน
- อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน, สำนักงานสถิติจังหวัดลำปาง, สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง และสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง และ ททท.สนง.เชียงใหม่

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำปาง /สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง

ผลลัพธ์: พัฒนาศักยภาพชุมชนให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและน้ำพุร้อนแจ้ซ้อนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ผลผลิต: Package การท่องเที่ยวชุมชน และ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ application

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
- รายได้ชุมชนเพิ่มขึ้น
- จำนวนวันการเข้าพักของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวศักยภาพชุมชน	6 เดือน	200,000		สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำปาง	
2. จัดทำ Package การท่องเที่ยวชุมชน	2 เดือน	400,000		สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำปาง	
3. จัดทำเอกสารแผ่นผับประชาสัมพันธ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์	2 เดือน	500,000		สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำปาง	

3.1.8 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดลำพูน

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดลำพูน

จังหวัดลำพูน ได้มีการกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

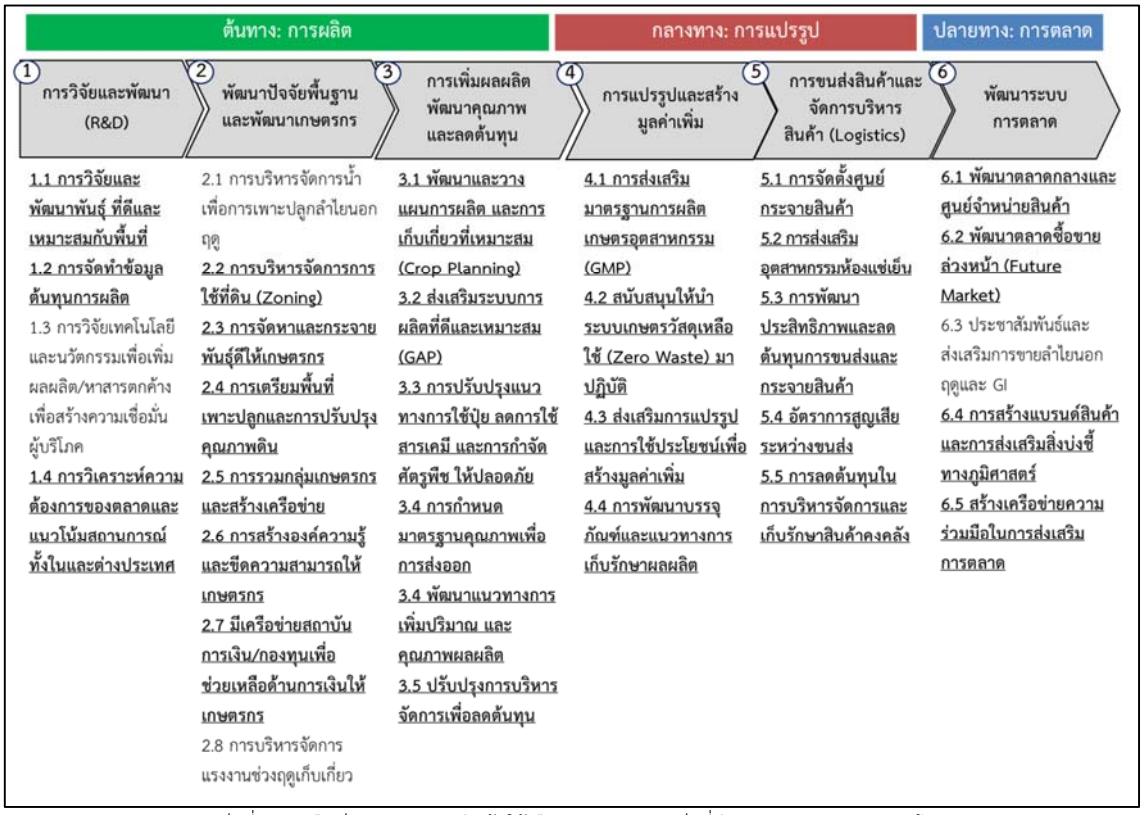
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
เกษตรปลอดภัย (ลำไย)	- พืชเศรษฐกิจที่สำคัญที่ทำรายได้หลักให้เกษตรกร คือ ลำไย เนื่องจากมีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายสูงและส่วนครองตลาดเปรียบเทียบสูง สามารถทำเงินได้มาก และทำกำไร เนื่องจากจังหวัดลำพูนเป็นแหล่งผลิตลำไยในอันดับต้นๆของประเทศ ตลาดนิยมบริโภคทั้งในและต่างประเทศ ทำให้พื้นที่และปริมาณการปลูกเป็นสัดส่วนใหญ่ของพืชทั้งหมดในจังหวัด - มีโอกาสต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรปลอดภัย GAP และผ่านการแปรรูปได้มากเพื่อสร้าง จุดเด่น และลดต้นทุนการผลิตเพื่อสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพ
การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม	- มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ จากความเป็นเมืองเก่า มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน มีความเจริญรุ่งเรืองทางศาสนาและวัฒนธรรมมีแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณีวัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ ทั้งที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอยู่แล้ว และที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว อนุรักษ์และจัดการอย่างเหมาะสม - มีโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับสินค้าและบริการ สินค้า OTOP รวมทั้งเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดในกลุ่มล้านนาและประเทศเพื่อนบ้าน

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: เกษตรปลอดภัย(ลำไย)</u>

ภายใต้ประเด็นเกษตรปลอดภัย(ลำไย)ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้าและ จัดการบริหารสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) เกษตรปลอดภัย (ลำไย) ของจังหวัดลำพูน



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.3 การวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มผลผลิต/หาสารตกค้างเพื่อสร้างความเชื่อมั่นผู้บริโภค
2.พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.1 การบริหารจัดการน้ำเพื่อการเพาะปลูกลำไยนอกฤดู 2.8 การบริหารจัดการแรงงานช่วงฤดูเก็บเกี่ยว
6.พัฒนาระบบการตลาด	6.3 ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายลำไยนอกฤดูและ GI

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

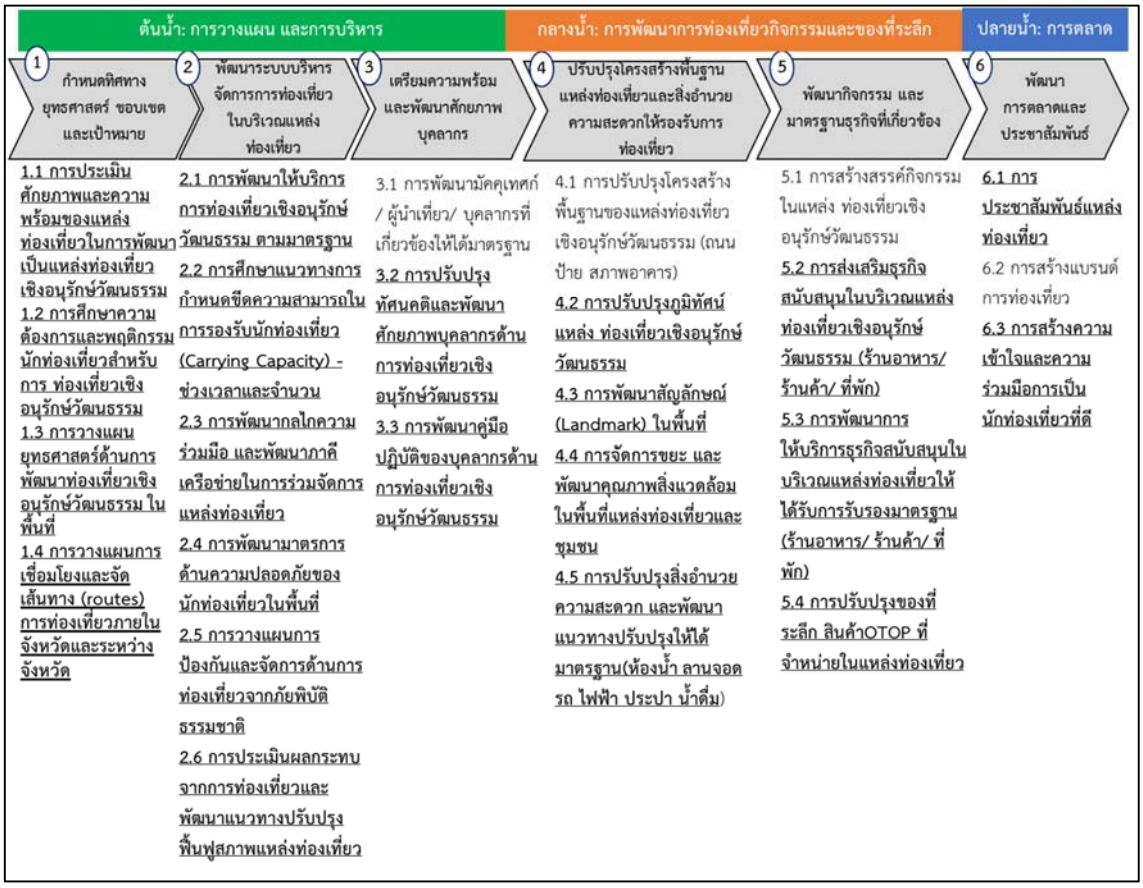
ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[19]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.3	1.โครงการ ศึกษาวิจัยสารตกค้างในผลผลิตลำไยสดนอกฤดู	การศึกษาวิจัยสารตกค้างในผลผลิตลำไยสดนอกฤดู เพื่อให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการบริโภคผลผลิตลำไยสดนอกฤดู ของจังหวัดลำพูน	สำนักงานเกษตรจังหวัดลำพูน
1.3	2.โครงการ ศึกษาวิจัยปริมาณสารตกค้างในลำไยอบแห้งสีทองและลำไยฟรีชดรายตามมาตรฐานการส่งออก เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค และเพิ่มช่องทางการตลาด	- ศึกษาวิจัยสารตกค้างตามเกณฑ์มาตรฐานการส่งออกของประเทศผู้นำเข้าเพื่อนำผลการวิจัยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคภายในประเทศและต่างประเทศ ในการบริโภคลำไยเพื่อสุขภาพ - พัฒนาผลิตภัณฑ์ลำไย สู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ลำไยฟรีชดรายคุณภาพสู่มาตรฐานสากลของประเทศผู้นำเข้า	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดลำพูน
6.3	3.โครงการยกระดับและสร้างมูลค่าเพิ่มตลาดลำไย GI	เพื่อเพิ่มรายได้และช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้กับเกษตรกรผู้ผลิตและผู้ประกอบการ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศให้เป็นที่ยอมรับในสินค้าลำไย ของจังหวัดลำพูน (เป็นการประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้บริโภค และเกษตรกร)	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำพูน
2.1	4.โครงการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์การบริโภคลำไยนอกฤดู	เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรผู้ผลิตและผู้ประกอบการ และเป็นที่ยอมรับแก่ผู้บริโภคมากขึ้น	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำพูน

[19] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม

ภายใต้ประเด็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย 2) พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว 3) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร 4) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 5) พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และ 6) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ของจังหวัดลำพูน



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
3. เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	3.1 การพัฒนามัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว/ บุคลากรที่เกี่ยวข้องให้ได้มาตรฐาน
4.ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	4.1 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม (ถนน ป้าย สภาพอาคาร)
5. พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	5.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม
6. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	6.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง (Gap)</u>	แนวทางการพัฒนา[20]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
3.1	1.โครงการสืบสานงานศิลป์ผ้าถิ่นลำพูน	1) จัดกิจกรรมสืบสาน ถ่ายทอดภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมให้แก่ เยาวชนและประชาชน เช่น -อบรมถ่ายทอดองค์ความรู้ผ้าทอกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ - อบรมถ่ายทอดองค์ความรู้ผ้าทอกลุ่มชาติพันธุ์ไทยอง 2) กิจกรรมสืบสารตำนานไทลื้อและไทยอง	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดลำพูน
5.1	2.โครงการตามรอยวิถีครูบาศรีวิชัยนักบุญแห่งล้านนาไทย	1) จัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อดึงดูด และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลำพูน เช่น - กิจกรรมน้อมรำลึกวันชาตการครูบาศรีวิชัย - กิจกรรมน้อมรำลึกวันอุปสมบทครูบาศรีวิชัย - กิจกรรมตามรอยจอบสุดท้ายครูบาศรีวิชัย - กิจกรรมน้อมรำลึกวันมรณภาพครูบาศรีวิชัย 2) กิจกรรมน้อมรำลึกวันพระราชทานเพลิงศพครูบาศรีวิชัย	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดลำพูน

[20] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[20]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
5.1	3.โครงการวิถีถิ่น วิถีภูษา ผืนผ้าลำพูน	ให้ประชาชน นักเรียน นักศึกษา รวมถึงนักท่องเที่ยวได้สวมใส่ผ้าทอท้องถิ่น เป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมและเป็นแบบอย่างแก่เยาวชนรุ่นหลังเพื่อให้มีการใช้ผ้าทอและผ้าท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำพูน
3.1	4.โครงการ ฝึกอบรมอาสาพาเที่ยวชุมชน	ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยคนในชุมชนเพื่อเป็นบริการการอาสาพาเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำพูน
4.1	5.โครงการจัดทำฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน ผ่าน Mobile Application 4.0	พัฒนาโปรแกรมแนะนำข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวบนระบบโทรศัพท์มือถือ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ทุกกลุ่มที่ต้องการข้อมูลสถานที่ ท่องเที่ยว แหล่งบันเทิง แหล่งซื้อของฝาก และที่พัก รวมทั้งการแสดงแผนที่เส้นทางการเดินทาง โดยที่ผู้ใช้สามารถเลือกข้อมูลสถานที่ที่ต้องการค้นหาได้ทุกเวลาและโอกาสบน Application บนโทรศัพท์มือถือระบบปฏิบัติการ iOS และ Android เพื่อเป็นการตัวช่วยเหลือ ให้แก่นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดลำพูน ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น โดย นักท่องเที่ยวจะสามารถเลือกประเภทของสถานที่ท่องเที่ยว จากนั้น Application จะช่วยแนะนำ และลำดับเส้นทาง การท่องเที่ยวที่สั้นที่สุดให้กับนักท่องเที่ยวได้	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำพูน

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดลำพูน

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด โดยในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน มีสรุปรายละเอียดดังนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: เกษตรปลอดภัย(ลำไย)

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- พืชเศรษฐกิจที่สำคัญที่ทำรายได้หลักให้เกษตรกร คือ ลำไย เนื่องจากมีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายสูงและส่วนครองตลาดเปรียบเทียบสูง สามารถทำเงินได้มาก และทำกำไร เนื่องจากจังหวัดลำพูนเป็นแหล่งผลิตลำไยในอันดับต้นๆของประเทศ ตลาดนิยมบริโภคทั้งในและต่างประเทศ ทำให้พื้นที่และปริมาณการปลูกเป็นสัดส่วนใหญ่ของพืชทั้งหมดในจังหวัด
- มีโอกาสต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรปลอดภัย GAP และผ่านการแปรรูปได้มากเพื่อสร้างจุดเด่น และลดต้นทุนการผลิตเพื่อสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพ

พืชเศรษฐกิจที่สำคัญที่ทำรายได้หลักให้เกษตรกร คือ ลำไย เนื่องจากมีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายสูงและส่วนครองตลาดเปรียบเทียบสูง สามารถทำเงินได้มาก และเริ่มที่จะทำกำไร เนื่องจากจังหวัดลำพูนเป็นแหล่งผลิตลำไยในอันดับต้นๆของประเทศ ตลาดนิยมบริโภคทั้งในและต่างประเทศ ทำให้พื้นที่และปริมาณการปลูกเป็นสัดส่วนใหญ่ของพืชทั้งหมดในจังหวัด

มีพื้นที่การเพาะปลูกมากที่สุด ในปี2559 มีเนื้อที่เพาะปลูก 268,795 ไร่ (เนื้อที่ให้ผล 268,224 ไร่) ผลผลิต 122,809 ตัน ผลผลิตเฉลี่ย 822 กก./ไร่ เมื่อเทียบกับพืชชนิดอื่น และ ปี 2558 มีปริมาณผลผลิตมากที่สุด คือ 177,849 ตัน ต่อปี และมีมูลค่าการจำหน่ายสร้างรายได้มากที่สุด คือ 5,516 ล้านบาท

แหล่งพื้นที่เพาะปลูกลำไยที่สำคัญ ได้แก่อำเภอลี้ ป่าซาง เมืองลำพูน แม่ทา บ้านโฮ่ง เวียงหนองล่อง และบ้านธิ ตามลำดับ ส่วนพื้นที่ที่ผลผลิตในฤดูออกสู่ตลาดช่วงต้น ฤดูการผลิตได้แก่อำเภอเมืองลำพูน และผลผลิตออกช้า (ปลายฤดูกาล) คือ อำเภอลี้

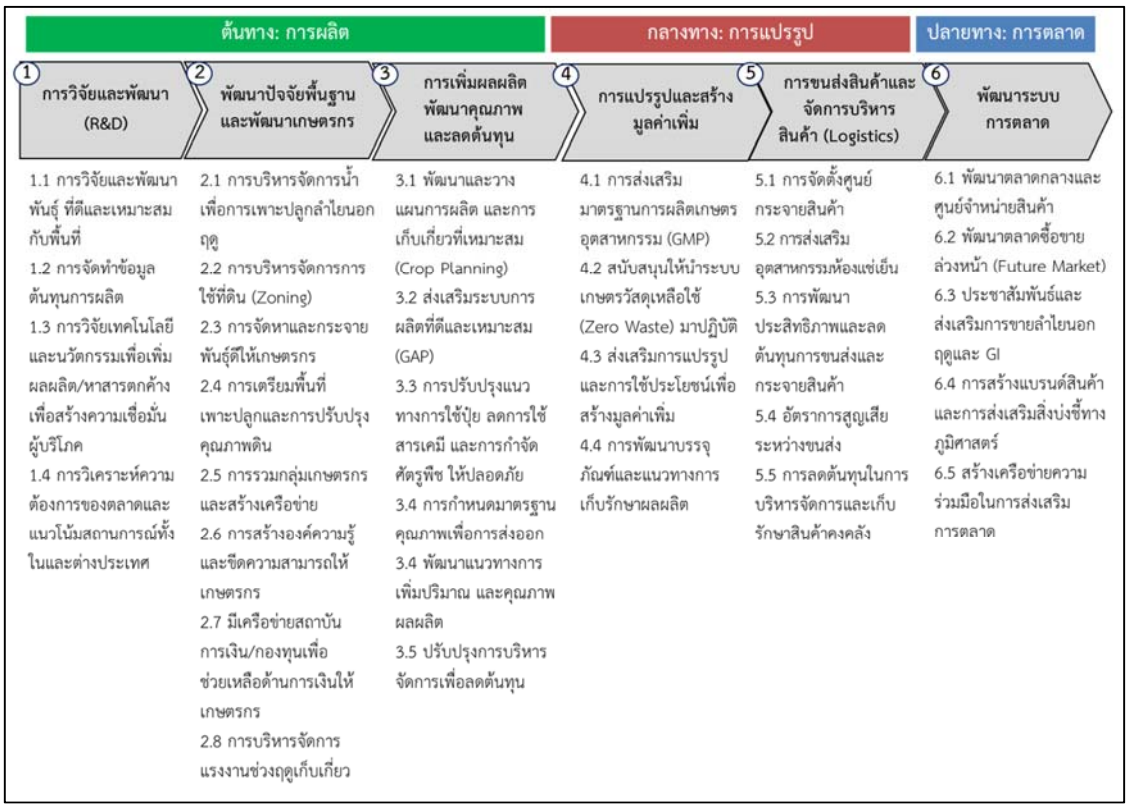
ข้อมูลประมาณการผลผลิตลำไย ปี 2559				
	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	**เนื้อที่ให้ผล (ไร่)**	**ผลผลิต (ตัน)**	**ผลผลิตต่อเนื้อที่ให้ผล (กก./ไร่)**
ในฤดู	226,295	225,724	65,221	289
นอกฤดู	42,500	42,500	57,588	1,355
รวม	**268,795**	**268,224**	**122,809**	**822**

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควระจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.7-13: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion): เกษตรปลอดภัย(ลำไย) ของจังหวัดลำพูน



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.7-31: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[21]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1 และ2.3 และ2.6 และ 3.1และ3.5 และ6.1และ6.3	1. โครงการยกระดับการผลิตลำไยคุณภาพ จังหวัดลำพูน	สนง.เกษตรจังหวัดลำพูน/ สนง.พาณิชย์จังหวัดลำพูน	- การยกระดับการผลิตลำไยคุณภาพในรูปแบบแปลงใหญ่/คัดเลือกเกษตรกรเข้าร่วม / จัดฝึกอบรมถ่ายทอดความรู้การผลิตลำไยคุณภาพ/สนับสนุนปัจจัยการผลิตเพื่อพัฒนาการผลิตลำไย - อนุรักษ์ลำไยพันธุ์ดีลำพูนพันธุ์ดั้งเดิม /จัดทำฐานข้อมูลเกษตรกรผู้ปลูกลำไยพันธุ์ดีลำพูนพันธุ์ดั้งเดิม /อบรมให้ความรู้เกษตรกร และสนับสนุนกิ่งพันธุ์ลำไยพันธุ์ดีลำพูนพันธุ์ ดั้งเดิม และปัจจัยการผลิตบางส่วน จัดทำเอกสารเผยแพร่ จัดนิทรรศการ - ประชาสัมพันธ์ /จัดแสดงRoad show
3.2 และ4.3 และ2.5และ2.6 และ6.3 และ 6.4	2. โครงการสร้างเครือข่ายและส่งเสริมการผลิตการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย สินค้าเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตร	สนง.เกษตรจังหวัดลำพูน/สนง. พาณิชย์จังหวัดลำพูน	(1) กิจกรรมพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย/สินค้าเกษตร (2) กิจกรรมส่งเสริมการตลาดและ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสินค้าเกษตร ในพื้นที่จังหวัดลำพูน (3) กิจกรรมพัฒนาทักษะการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร (4) กิจกรรมประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการตลาดและ สร้างภาพลักษณ์สินค้า (5) กิจกรรมจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า
5.2	3. โครงการก่อสร้างห้องเย็นเพื่อการเกษตร (ลำไยสดและอบแห้ง) อำเภอเมืองลำพูน	สนง.เกษตรจังหวัดลำพูน/สนง. สหกรณ์จังหวัดลำพูน	ก่อสร้างอาคารพร้อมชุดฉนวนห้องเย็น ชุดเครื่องทำความเย็น ระบบควบคุมและอุปกรณ์พร้อมหม้อแปลงไฟฟ้า

[21] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.3และ4.3และ 6.1และ6.3	4. โครงการประชาสัมพันธ์ลำไยลำพูน	สนง.เกษตรจังหวัดลำพูน/สนง.พาณิชย์จังหวัดลำพูน/สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดลำพูน/สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำพูน	- ประชาสัมพันธ์การจัดงาน ผ่านสื่อต่างๆ ทั้งใน และนอกจังหวัด ทั้งในด้านแหล่งผลิตสินค้าเกษตร ปลอดภัย และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม - จัดขบวนแห่รถลำไย การประกวดนางงามลำไย ลำพูน และผลิตผลลำไยที่ได้มาตรฐานมีคุณภาพ - จัดการแสดงเพื่อส่งเสริมและดึงดูดนักท่องเที่ยว และเป็นการเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ - จัดแสดงผลงานเชิงวิชาการ การพัฒนาและนวัตกรรมลำไยแบบครบวงจร การเจรจาการค้า และผลผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย - จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดลำไยสด การแปรรูป ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) และของดีเมืองลำพูน โดยมีการประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อโทรทัศน์
2.5และ2.6และ 3.2	5. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพ การผลิตพืชปลอดภัย	สนง.เกษตรจังหวัดลำพูน	(1) จัดตั้งศูนย์จัดการศัตรูพืชชุมชนและดินปุ๋ย และ กลุ่มเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตพืชปลอดภัย (GAP) (2) ส่งเสริมการผลิตพืชปลอดภัย ตามระบบการเกษตรที่ดีและเหมาะสม(GAP) เป้าหมาย ส่งเสริมเกษตรกรเข้าสู่ระบบมาตรฐาน GAPพืช
2.6และ4.3และ 4.4และ6.1และ 6.5	6. โครงการยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร Green Clean เมืองเกษตรกรปลอดภัยเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน	สนง.เกษตรจังหวัดลำพูน/สนง.พาณิชย์จังหวัดลำพูน/สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำพูน	(1) พัฒนา เพิ่มศักยภาพทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรธรรมชาติเทคโนโลยี แหล่งเรียนรู้แบบองค์รวม (2) พัฒนาการสร้างมูลค่าเพิ่มผลผลิตเกษตรอินทรีย์ มาตรฐานการให้บริการเบื้องต้นรองรับความต้องการตลาดทุกระดับ โดยจัดฝึกอบรมและถ่ายทอดเทคโนโลยีการแปรรูปทางการเกษตร เชิงปฏิบัติการเกษตรกร

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
			(3) เชื่อมโยง ตลาดการค้าการลงทุนด้านการเกษตรท่องเที่ยว และการบริการ
2.1	7. โครงการขุดเจาะบ่อบาดาล เพื่อการเกษตร (18บ่อ) ตำบลศรีเตีย อำเภอ บ้านโฮ่ง จ.ลำพูน	สนง.ทรัพยากรน้ำบาดาลพื้นที่	ขุดเจาะบ่อบาดาลเพื่อการเกษตรหมู่บ้านละ 2 บ่อ
2.6	8. โครงการส่งเสริมพัฒนาอาสาสมัครเกษตร (Smart Farmer) ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง	สนง.เกษตรจังหวัดลำพูน	(1) จัดอบรมและศึกษาดูงานจากศูนย์การศึกษา และพัฒนาห้วยฮ่องไคร้อันเนื่องมาจาก พระราชดำริ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ (2) ดำเนินการวิเคราะห์แปลงเรียนรู้ ต้นแบบเพื่อดำเนินการจัดหาวัสดุสนับสนุนการดำเนินการจัดทำแปลงเรียนรู้ต้นแบบ
2.1	9. โครงการบริหารจัดการน้ำเพื่อการเกษตร ในพื้นที่อำเภอบ้านโฮ่ง	โครงการชลประทานจังหวัด	ขุดเจาะบ่อบาดาลเพื่อ การเกษตรเพื่อแก้ไขปัญหาภัยแล้ง
2.1	10. โครงการระบบสาธารณูปโภคเพื่อการเกษตรและพัฒนาคุณภาพชีวิต อำเภอทุ่งหัวช้าง จังหวัดลำพูน	โครงการชลประทานจังหวัด	ขุดเจาะบ่อบาดาล พร้อมเครื่องสูบน้ำแบบจมและท่อ ส่งน้ำดิบ
3.3	11. โครงการส่งเสริมการผลิตปุ๋ยอินทรีย์ ปี 2560	สนง.เกษตรจังหวัดลำพูน	จัดฝึกอบรมและศึกษาดูงานการผลิตปุ๋ยอินทรีย์ คุณภาพ สนับสนุนวัสดุในการผลิตปุ๋ยอินทรีย์คุณภาพ
2.6	12. โครงการเตรียมความพร้อมสมาชิกยุวเกษตรกรในการประกอบอาชีพเกษตรในอนาคต	สนง.เกษตรจังหวัดลำพูน/สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด	(1) อบรมให้ความรู้แก่กลุ่มยุวเกษตรกรต้นแบบ และศึกษาดูงาน (2) สนับสนุนปัจจัยการผลิตแก่กลุ่มยุวเกษตรกรตามแผนการผลิตเพื่อฝึกปฏิบัติ

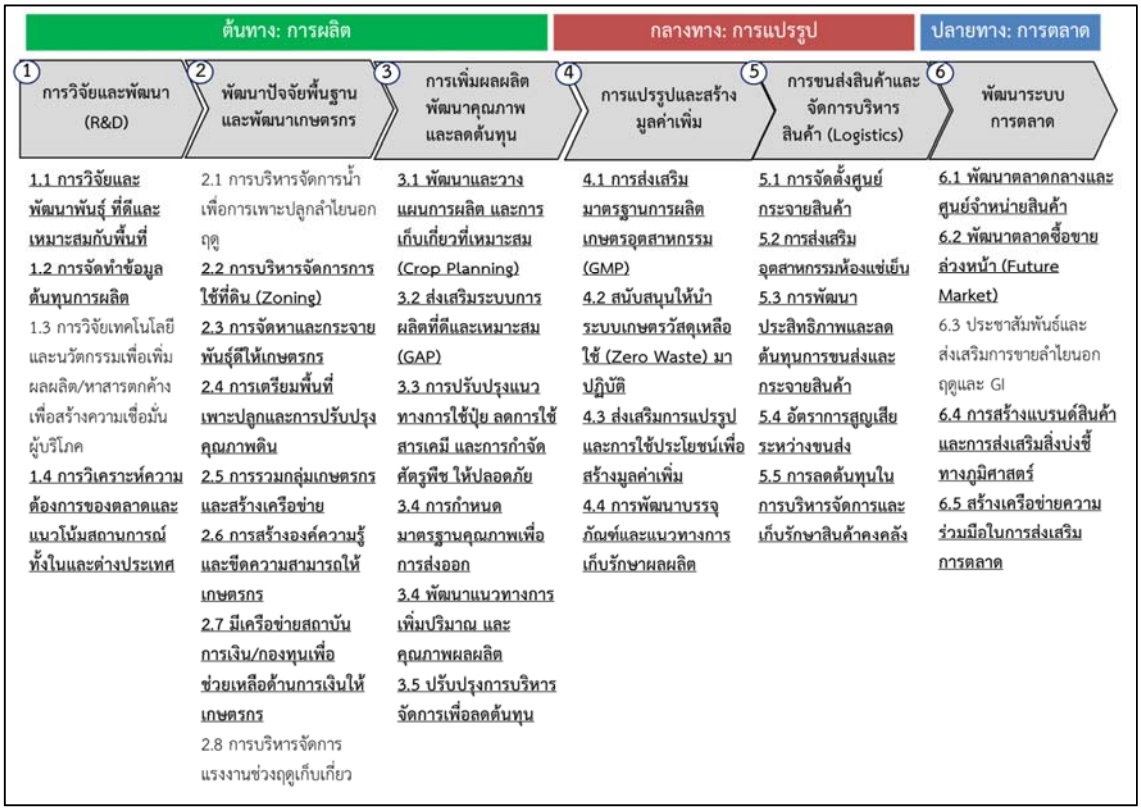
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
6.1	13. โครงการก่อสร้างตลาดกลาง ตำบลป่าไผ่ บ้านจัดสรรคอกช้าง ตำบลป่าไผ่ อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดลำพูน	เสริมผิวลาดยางในพื้นที่สาธารณประโยชน์
5.3	14. โครงการปรับปรุงซ่อมแซม ถนนลาดยาง Over Lay เพื่อขนส่งผลผลิตทางการเกษตรและการ ท่องเที่ยวสายเลียบทางรถไฟ (Local Road) ตำบลเหมืองง่า และ ตำบลอุโมงค์อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ถึงสุดแนวเขตติดต่อ ลำพูน - เชียงใหม่	สนง.ทางหลวงชนบท/อปท.	-ปรับปรุงซ่อมแซมสายทางเลียบทางรถไฟ (Local Road) ตำบลเหมืองง่า และตำบลอุโมงค์อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ถึงสุดแนวเขตติดต่อ ลำพูน – เชียงใหม่
5.3	15. โครงการพัฒนาเส้นทางลำเลียงผลผลิตการเกษตรออกสู่ตลาดและโครงการปรับปรุงพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค และส่งเสริมอาชีพ เพื่อพัฒนาการเกษตรและคุณภาพชีวิตประชาชน (มีหลายโครงการ)	สนง.ทางหลวงชนบท/อปท.	-ปรับปรุงถนนลาดยางแอสฟัลท์ติก /เสริมผิวแอสฟัลท์ติกคอนกรีต/ก่อสร้างถนนคอนกรีตเสริมเหล็ก
2.5และ2.6	16. โครงการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ วิถีพอเพียง เทศบาลเมืองลำพูน	เทศบาลเมืองลำพูน	-พัฒนาทักษะความรู้และ สมรรถนะของบุคลากร -สร้างความเข้มแข็งให้กลุ่ม/ ผู้ประกอบการ

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.7-32: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.3 การวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มผลผลิต/หาสารตกค้างเพื่อสร้างความเชื่อมั่นผู้บริโภค
2.พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.1 การบริหารจัดการน้ำเพื่อการเพาะปลูกลำไยนอกฤดู 2.8 การบริหารจัดการแรงงานช่วงฤดูเก็บเกี่ยว
6.พัฒนาระบบการตลาด	6.3 ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายลำไยนอกฤดูและ GI

แผนภาพที่ 3.7-14: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion): เกษตรปลอดภัย(ลำไย) ของจังหวัดลำพูน



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดลำพูน

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.7-33: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[22]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.3	1.โครงการ ศึกษาวิจัยสารตกค้างในผลผลิตลำไยสดนอกฤดู	การศึกษาวิจัยสารตกค้างในผลผลิตลำไยสดนอกฤดู เพื่อให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการบริโภคผลผลิตลำไยสดนอกฤดู ของจังหวัดลำพูน	สำนักงานเกษตรจังหวัดลำพูน
1.3	2.โครงการ ศึกษาวิจัยปริมาณสารตกค้างในลำไยอบแห้งสีทองและลำไยฟรีชดรายตามมาตรฐานการส่งออกเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค และเพิ่มช่องทางการตลาด	- ศึกษาวิจัยสารตกค้างตามเกณฑ์มาตรฐานการส่งออกของประเทศผู้นำเข้าเพื่อนำผลการวิจัยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคภายในประเทศและต่างประเทศ ในการบริโภคลำไยเพื่อสุขภาพ - พัฒนาผลิตภัณฑ์ลำไย สู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ลำไยฟรีชดรายคุณภาพสู่มาตรฐานสากลของประเทศผู้นำเข้า	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดลำพูน

[22] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
6.3	3.โครงการยกระดับและสร้างมูลค่าเพิ่มตลาดลำไย GI	เพื่อเพิ่มรายได้และช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้กับเกษตรกรผู้ผลิตและผู้ประกอบการ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศให้เป็นที่ยอมรับในสินค้าลำไย ของจังหวัดลำพูน (เป็นการประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้บริโภค และเกษตรกร)	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำพูน
2.1	4.โครงการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์การบริโภคลำไยนอกฤดู	เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรผู้ผลิตและผู้ประกอบการ และเป็นที่ยอมรับแก่ผู้บริโภคมากขึ้น	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำพูน

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: 1.โครงการ ศึกษาวิจัยสารตกค้างในผลผลิตลำไยสดนอกฤดู
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ลำไยเป็นพืชเศรษฐกิจหลักที่สำคัญของจังหวัดลำพูน มีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายสูง สร้างรายได้หลักให้กับจังหวัดลำพูน ปัจจุบันมีพื้นที่ปลูกทั้งหมอ 270,125 ไร่ เป็นพื้นที่ลำไยในฤดู 198,263 ไร่ และลำไยนอกฤดู 71,862 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 26.60 ซึ่งจังหวัดลำพูนมีแผนส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตลำไยนอกฤดูร้อยละ 60 เพื่อลดปัญหาการกระจุกตัวของลำไยในฤดู และกระจายผลผลิตลำไยให้ออกสู่ตลาดตลอดทั้งปี ทั้งนี้ในการผลิตลำไยนอกฤดูต้องใช้สารโปแทสเซี่ยมครอเรตเพื่อกระตุ้นการออกดอก ซึ่งผู้บริโภคมีความเชื่อว่ามีสารตกค้างในผลผลิตลำไย ดังนั้นเพื่อให้เกิดความมั่นใจต่อผู้บริโภค จึงควรมีการศึกษาวิจัยสารตกค้างในผลผลิตลำไยสดนอกฤดู
สรุปแนวคิดโครงการ การศึกษาวิจัยสารตกค้างในผลผลิตลำไยสดนอกฤดู เพื่อให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการบริโภคผลผลิตลำไยสดนอกฤดู ของจังหวัดลำพูน
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. รวบรวมข้อมูล รายงาน ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2. ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตลำไนนอกฤดู ที่ถูกวิธี 3. เก็บตัวอย่างผลผลิตลำไยสด เพื่อศึกษาวิจัย วิเคราะห์ หาสารตกค้าง 4. สรุปผลการวิจัย และประชาสัมพันธ์ผลการวิจัยสู่ผู้บริโภค
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1. สถานีพัฒนาที่ดิน (Zoning)

2.โครงการชลประทานจังหวัดลำพูน (แหล่งน้ำ) 3.สถาบันการศึกษา (มหาวิทยาลัยแม่โจ้ หรือมหาวิทยาลัยเชียงใหม่) ศึกษาวิจัย 4.สำนักงานเกษตรจังหวัดลำพูน กำกับดูแลโครงการ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานเกษตรจังหวัดลำพูน
ผลลัพธ์: ผู้บริโภคลำไยมีความเชื่อมั่นในการบริโภคลำไยสดนอกฤดูของจังหวัดลำพูน
ผลผลิต: 1.เกษตรกรทุกรายมีความรู้ในการผลิตลำไยนอกฤดูที่ถูกต้อง 2.ผลงานวิจัยรองรับ 1 เรื่อง
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1. เกษตรกรได้รับการถ่ายทอดความรู้เทคโนโลยีการผลิตลำไนนอกฤดู ที่ถูกต้อง จำนวน 1,034 ราย 2. มีผลงานวิจัยรองรับ 1 เรื่อง

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.รวบรวมข้อมูล รายงานผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ต.ค.-พ.ย.61			สถาบันการศึกษา	
2.ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตลำไยนอกฤดู ที่ถูกวิธี	ต.ค.-พ.ย.61	350,000		สำนักงานเกษตรจังหวัดลำพูนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	
3. วางแผนการผลิตลำไยนอกฤดู	ต.ค.-พ.ย.61	650,000		สำนักงานเกษตรจังหวัดลำพูนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	
4. เก็บตัวอย่างผลผลิตลำไยสดเพื่อศึกษาวิจัย วิเคราะห์ หาสารตกค้าง	ต.ค.-ธ.ค.61 ม.ค.-พ.ค.62			สถาบันการศึกษา	
5.สรุปผลการวิจัย และประชาสัมพันธ์ผลการวิจัยสู่ผู้บริโภค	มิ.ย.-ก.ย.62			สถาบันการศึกษา	

ชื่อโครงการ: 2.โครงการ ศึกษาวิจัยปริมาณสารตกค้างในลำไยอบแห้งสีทองและลำไยฟรีชดรายตามมาตรฐานการส่งออก เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค และเพิ่มช่องทางการตลาด

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

จังหวัดลำพูนมีเตาอบลำไยสีทอง 319 เตา อบลำไยได้ 649,000 กก./วัน แปรรูปเป็นลำไยอบเนื้อสีทองได้ 64,900 กก./วัน มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง 26 กลุ่ม อบลำไยได้ปีละ 2,000,000 กก. มูลค่า 40 ล้านบาท อบลำไยเนื้อสีทองได้ 200,000 กก. คิดเป็นมูลค่า 56 ล้านบาท สามารถเพิ่มมูลค่าผลผลิตได้ประมาณ 70% ปริมาณสารตกค้างที่ส่งผลต่อสุขภาพมีผลกระทบต่อความเชื่อมั่น ในการบริโภคของผู้บริโภค การศึกษาวิจัยปริมาณสารตกค้างในลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคและเพิ่มช่องทางการตลาดภายใน และต่างประเทศ

สรุปแนวคิดโครงการ

1) ศึกษาวิจัยสารตกค้างตามเกณฑ์มาตรฐานการส่งออกของประเทศผู้นำเข้าเพื่อนำผลการวิจัยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคภายในประเทศและต่างประเทศ ในการบริโภคลำไยเพื่อสุขภาพ
2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ลำไย สู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ลำไยฟรีชดรายคุณภาพสู่มาตรฐานสากลของประเทศผู้นำเข้า

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1) ศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์ แนวโน้มความต้องการของตลาดสับปะรดปลอดภัยทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงเสนอแนะแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลทุกข้อ VC สับปะรด
2) จัดอบรมเกษตรกรในสหกรณ์ผู้ปลูกสับปะรด และ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกสับปะรดจังหวัดลำปาง เช่น การพัฒนาศักยภาพเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดเกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพสับปะรดเพื่อการส่งออก
3) ค้นหาทายาทเกษตรกร หรือจากวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพเพื่อนำมาพัฒนาโดยการอบรม และใองค์ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการผู้ประกอบการรุ่นใหม่ รวมถึงช่วยให้เข้าถึงแหล่งทุนในการพัฒนากิจการ
4) จัดเกิจกรรมเพื่อกการขยายช่องทางการตลาดสินค้าสับปะรด จับคู่เจาราการค้า (Business Matching) และสร้างเครือข่ายการค้า และ การจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าสับปะรดเพื่อ

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.บูรณาการหน่วยงาน รับฟังข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะในการกำหนดรายละเอียดการจัดทำโครงการฯ

2.มหาวิทยาลัยแม่โจ้ หรือมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ศึกษาวิจัย

3.สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดกำกับดูแลโครงการ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดลำพูน

ผลลัพธ์:

1) ผู้บริโภคเชื่อมั่นในคุณภาพ เพิ่มและขยายช่องทางการตลาด
2) คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ตอบสนองตลาดเพื่อสุขภาพภายในและต่างประเทศ

ผลผลิต:

1) สินค้า GI ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองได้คุณภาพมาตรฐานสากล 1 ชนิดสินค้า
2) ผลิตภัณฑ์ใหม่ลำไยฟรีชดรายได้คุณภาพมาตรฐานสากล 1 ชนิดสินค้า

ตัวชี้วัดของโครงการ: รายงานผลการศึกษาวิจัยเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค จำนวน 1 ชุดข้อมูล

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.ศึกษาตลาดผู้บริโภคภายในประเทศและต่างประเทศ	ต.ค.60-ก.ย.61	500,000		ม.แม่โจ้ หรือ มช./ สนง.พาณิชย์จังหวัด/การค้าภายใน จังหวัด	
2.ศึกษาวิจัยคุณค่าทางโภชนาการ และคุณสมบัติ GI ลำไยอบเนื้อสีทอง	ต.ค.60-ก.ย.61	2,000,000		ม.แม่โจ้ หรือ มช./สนง. เกษตรและสหกรณ์จังหวัด	
3.ศึกษาวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ลำไยอบเนื้อสีทอง สู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ลำไยฟรีช ดราย	ต.ค.60-ก.ย.61	2,000,000		ม.แม่โจ้ หรือ มช./สนง. เกษตรและสหกรณ์จังหวัด	
4.ประชุมสัมมนาทางวิชาการผู้ประกอบการเพื่อยอมรับผลการวิจัย และเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	ต.ค.60-ก.ย.61	500,000		ม.แม่โจ้ หรือ มช./สนง. เกษตรและสหกรณ์จังหวัด /สนง.เกษตรจังหวัด/สนง. สหกรณ์จังหวัด	
5.ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลการวิจัยผ่านสื่อรูปแบบต่างๆ	ต.ค.60-ก.ย.61	1,000,000		ม.แม่โจ้ หรือ มช./หน่วยงาน กษ./สนง. ประชาสัมพันธ์ ปชส.จังหวัด	

ชื่อโครงการ: 3.โครงการยกระดับและสร้างมูลค่าเพิ่มตลาดลำไย GI

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ปัจจุบันสินค้าที่ได้ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หรือสินค้าจีไอ (GI) กำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นทั้งตลาดภายในและต่างประเทศเนื่องจากผู้บริโภคให้ความสนใจในแหล่งที่มาของสินค้า รวมถึงเรื่องราวประวัติความเป็นมาของสินค้า “ลำไย” ทั้งลำไยสดและลำไยอบแห้ง ถือว่าเป็นสินค้าเกษตรที่สำคัญของจังหวัดลำพูน ซึ่งมีหลายสายพันธ์และได้ขึ้นทะเบียนสินค้า GI แล้ว ดังนั้นการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และการหาตลาดทั้งในและต่างประเทศให้กับสินค้า GI นั้น เพื่อเป็นการยกระดับและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า พร้อมทั้งการพัฒนาศักยภาพในการผลิตลำไยให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ

สรุปแนวคิดโครงการ

เพื่อเพิ่มรายได้และช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้กับเกษตรกรผู้ผลิตและผู้ประกอบการ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศให้เป็นที่ยอมรับในสินค้า ลำไย ของจังหวัดลำพูน
(เป็นการประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้บริโภค และเกษตรกร)

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1) จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ลำไย ที่ได้รับเครื่องหมาย GI จังหวัดลำพูน
2) การจัดกิจกรรมแสดงสินค้าและหาข้อมูลตลาดทั้งในและต่างประเทศให้กับสินค้าลำไย GI
3) การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพ ในการผลิตลำไยให้ได้คุณภาพมาตรฐานปลอดภัย (ร่วมกับหน่วยที่เกี่ยวข้อง)
4) ส่งเสริมพัฒนาระบบการซื้อขายและประชาสัมพันธ์ด้วยตลาดอิเล็กทรอนิคส์

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำพูน/กรมทรัพย์สินทางปัญญา/สำนักงานเกษตรจังหวัด/สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด/หอการค้าจังหวัด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดลำพูน

ผลลัพธ์:

เกษตรกรได้ขายผลผลิตมากขึ้น และได้มูลค่าเพิ่มขึ้น

ผลผลิต:

กิจกรรมประชาสัมพันธ์สินค้า GI

ตัวชี้วัดของโครงการ:

รายได้ผู้ประกอบการหรือเกษตรกรเพิ่มขึ้น 10% ต่อปี

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. รวบรวมข้อมูลของเกษตรกรและผู้ประกอบการ	ต.ค.61 - ก.ย.62	50,000		สนง.จังหวัดลำพูน	
2. หาข้อมูลและช่องทางความต้องการของตลาด	ต.ค.61 - ก.ย.62	50,000		สนง.จังหวัดลำพูน	
3. จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์สินค้า GI	ต.ค.61 - ก.ย.62	2,000,000		สนง.จังหวัดลำพูน	
4. การประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและดำเนินการ	ต.ค.61 - ก.ย.62	500,000		สนง.จังหวัดลำพูน	
5 จัดทำพัฒนาระบบซื้อขายอิเล็กทรอนิคส์	ต.ค.61 - ก.ย.62	500,000		สนง.จังหวัดลำพูน	

ชื่อโครงการ: 4.โครงการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์การบริโภคลำไยนอกฤดู

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

จังหวัดลำพูนเป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรกรรมที่สำคัญ "ลำไย"เป็นสินค้าเกษตรสำคัญอันดับต้นๆที่สร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดลำพูนมายาวนาน แต่ก็ยังมีปัญหาในการผลิตจนทำให้เกิดภาวะราคาตกต่ำ ทำให้สินค้าลำไยจากจังหวัดอื่นเข้ามามีบทบาทในกลไกการตลาดมากขึ้น เนื่องจากมีการผลิตสินค้านอกฤดู และลำไยยังเป็นสินค้าเกษตรที่ใช้สารเคมีในการผลิตมากเกินไป ทำให้ผู้บริโภคขาดความมั่นใจต่อความปลอดภัยในการบริโภคลำไยสด

ดังนั้นเราควรสนับสนุนให้เกษตรกรมีความรู้ในการผลิตลำไยให้ปลอดภัยและมีบริโภคตลอดทั้งปี พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นและประชาสัมพันธ์ให้กับผู้บริโภคมีความมั่นใจในการบริโภคลำไยในประเทศให้มากยิ่งขึ้น

สรุปแนวคิดโครงการ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรผู้ผลิตและผู้ประกอบการ และเป็นที่ยอมรับแก่ผู้บริโภคมากขึ้น

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1) กิจกรรมการส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์การบริโภคสินค้าลำไยปลอดภัย
2) การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพแก่เกษตรกรในการผลิตลำไย (ร่วมกับหน่วยที่เกี่ยวข้อง)
3) พัฒนาระบบการซื้อขายในประเทศให้มีมาตรฐานตามระเบียบข้อกฎหมาย
4) ส่งเสริมพัฒนาระบบการซื้อขายด้วยตลาดอิเล็กทรอนิคส์

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำพูน/สำนักงานเกษตรจังหวัด/สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด/หอการค้าจังหวัด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำพูน

ผลลัพธ์: เกษตรกรได้มีความรู้ในการผลิต และมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น

ผลผลิต: เป็นการกระจายสินค้าให้มีบริโภคทั้งปี และผู้บริโภคมั่นใจในสินค้า

ตัวชี้วัดของโครงการ: ความพึงพอใจของเกษตรกรและผู้ประกอบการในการขายสินค้า, ยอดขายของสินค้าเกษตรเพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. รวบรวมข้อมูลของเกษตรกรและผู้ประกอบการ	ต.ค.61 - ก.ย.62	50,000	บุคลากรที่มีความรู้ในเรื่องไอที	สนง.จังหวัดลำพูน	
2. จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์รณรงค์บริโภค ลำไย	ต.ค.61 - ก.ย.62	50,000		สนง.จังหวัดลำพูน	
3. รวบรวบข้อมูลตลาดสินค้าที่รองรับ	ต.ค.61 - ก.ย.62	2,000,000		สนง.จังหวัดลำพูน	
4. จัดทำพัฒนาระบบซื้อขายอิเล็กทรอนิคส์	ต.ค.61 - ก.ย.62	500,000		สนง.จังหวัดลำพูน	

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ จากความเป็นเมืองเก่า มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน มีความเจริญรุ่งเรืองทางศาสนาและวัฒนธรรมมีแหล่งท่องเที่ยว โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณีวัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ ทั้งที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอยู่แล้ว และที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว อนุรักษ์และจัดการอย่างเหมาะสม
- มีโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับสินค้าและบริการ สินค้า OTOP รวมทั้งเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดในกลุ่มล้านนาและประเทศเพื่อนบ้าน

จังหวัดลำพูนมีแหล่งท่องเที่ยว ทางธรรมชาติที่สวยงาม มีโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณีวัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่น่าสนใจ เช่น หมู่บ้านชาวยอง หมู่บ้านชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง หมู่บ้านผลิตสินค้าหัตถกรรมและศิลปวัฒนธรรม ทั้งที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอยู่แล้ว และมีศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ควรแก่การอนุรักษ์และการจัดการอย่างเหมาะสม แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1) ประเภทธรรมชาติ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติแม่ปิง อุทยานแห่งชาติดอยขุนตาล ฯลฯ

2) ประเภทโบราณสถาน ได้แก่ วัดพระธาตุหริภุญชัยวรมหาวิหาร วัดจามเทวี วัดพระยืน วัดมหาวัน ตลอดจนโบราณสถานที่สำคัญและวัดที่มีชื่อเสียงกระจายอยู่ในทุกอำเภอ

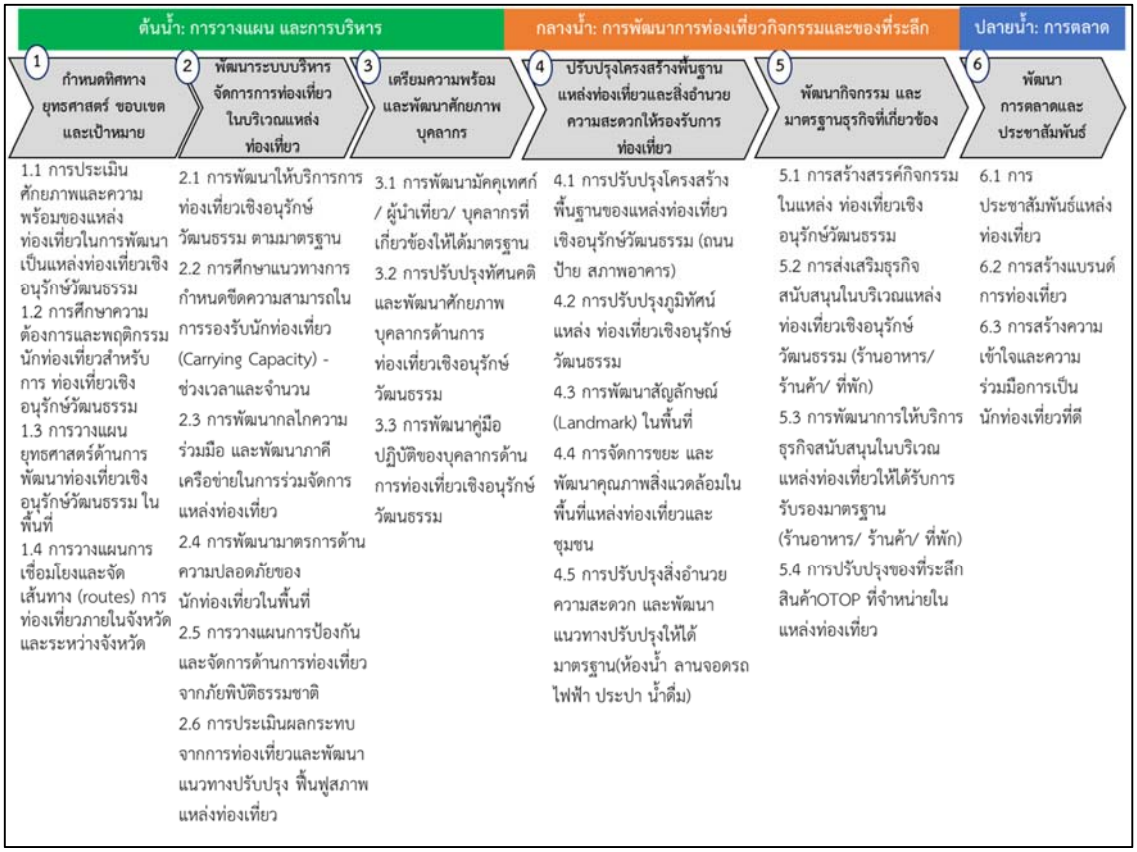
3) ประเภทวัฒนธรรม หมู่บ้านชาวเขา ผลผลิตและกิจกรรม วิถีชีวิต ได้แก่ บ้านหนองเงือกบ้านดอนหลวง (หมู่บ้านทอผ้า) ตำบลแม่แรง อำเภอป่าซาง หมู่บ้านผลิตไม้แกะสลักบ้านหนองยางฟ้า ตำบลทากาศ อำเภอแม่ทา ฯลฯ

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควระจะต้องดำเนินการ(Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.7-15: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ของจังหวัดลำพูน



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.7-34: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[23]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
4.2	(1) โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์โบราณสถานเวียงเกาะกลาง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดลำพูน	โครงการที่ดำเนินการแล้วโดย งปม.2559
4.1	(2) โครงการก่อสร้างอาคารแสดงนิทรรศการชาติภูมิสถานบ้านครูบาศรีวิชัย หมู่ที่ 1 ตำบลศรีวิชัย อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดลำพูน	ก่อสร้างอาคารแสดงนิทรรศการ
4.5	(3) โครงการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคใต้ดินเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองอนุรักษ์ (ระยะที่ 4)	สนง.ทรัพยากรน้ำบาดาล	พัฒนาและบริหารจัดการระบบน้ำใต้ดิน
4.2	(4) โครงการปรับปรุงและฟื้นฟูคุณภาพคูเมืองเก่า (ระยะที่ 2)	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดลำพูน	ปรับปรุงและฟื้นฟูคุณภาพคูเมืองเก่า
4.1	(5) โครงการปรับปรุงโครงข่ายทางหลวงชนบทเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวน้ำตกก้อหลวง ตำบลก้อ อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน	สนง.ทางหลวงชนบท	ปรับปรุงโครงข่ายทางหลวงชนบทเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว

[23] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
6.2	(6) โครงการก่อสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นเชิงวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดลำพูน	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดลำพูน	ก่อสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นเชิงวัฒนธรรม
5.1 /6.1	(7) โครงการสืบสานประเพณีแห่แค่หลวงหนึ่งเดียวในประเทศไทย	สนง.วัฒนธรรมจังหวัดลำพูน	ประชาสัมพันธ์และจัดงานสืบสานประเพณีแห่แค่หลวงหนึ่งเดียวในประเทศไทย
5.1/6.1	(8) โครงการลำพูนเมืองแห่งวัฒนธรรม	สนง.วัฒนธรรมจังหวัดลำพูน	สืบสานวัฒนธรรมลำพูน
5.1/6.1	(9) โครงการส่งเสริมกิจกรรมสร้างแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำพูน	เชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญ
5.1/6.1	(10) โครงการสืบสานประเพณีล้านนาพลังศรัทธาของชุมชนประจำปี 2559	สนง.วัฒนธรรมจังหวัดลำพูน	- ประชาสัมพันธ์และจัดงานสืบสานประเพณีล้านนาพลังศรัทธาของชุมชน
5.1/6.1	<u>โครงการที่ดำเนินการแล้วโดย งปม.2560</u> 1. โครงการท่องเที่ยววิถีไทยวิถีลำพูน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำพูน	<u>โครงการที่ดำเนินการแล้วโดย งปม.2560</u> - เชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริม ภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์กิจกรรมการ ท่องเที่ยวที่สำคัญ
4.2/6.1	2. โครงการยกระดับ คุณภาพและมาตรฐานแหล่ง ท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำพูน	- ยกระดับมาตรฐาน ปรับภูมิทัศน์ ปรับปรุงซ่อมแซมแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและเป็นที่นิยม ของนักท่องเที่ยว - จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์
4.5	3. โครงการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติดอย ขุนตาล	อุทยานแห่งชาติ	- กิจกรรมปรับปรุงลานพักแรม - กิจกรรมก่อสร้างลานซัก รีด เพื่อบริการนักท่องเที่ยว
6.1/6.2	4. โครงการส่งเสริม การตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำพูน	(1) จัดทำแผนพับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (2) จัดทำเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ประเภทต่างๆ

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
			(3) ส่งเสริมการขายด้านการท่องเที่ยว (4) จัดสร้าง ภาพยนตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน
3.2/5.1/5.2/5.3/5.4	5. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บ้านธิเมือง 3 ไต (ไตลื้อ ไตยวน ไตยอง)	สนง.วัฒนธรรมจังหวัดลำพูน	(1) ฝึกอบรมสืบสานทุนทางวัฒนธรรมชุมชน (2) พัฒนาบุคลากรภูมิปัญญาและเมล็ดพันทางวัฒนธรรม (3) กิจกรรมบ้านธิโฮมเสเตย์ (4) กิจกรรม ฝึกอบรมการพัฒนาศักยภาพแหล่งเรียนรู้ชุมชน สนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (5) พัฒนาศูนย์จัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการชุมชน
3.1	6. โครงการพัฒนา ศักยภาพบุคลากรด้านการ ท่องเที่ยวเพื่อเตรียมความ พร้อมสู่ประชาคมอาเซียน	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	อบรมพัฒนาศักยภาพอาสาสมัครผู้นำเที่ยวให้แก่ เด็กและเยาวชน
4.1	7. โครงการปรับปรุง โครงข่ายทางหลวงชนบทเข้า สู่แหล่งท่องเที่ยวน้ำตกก้อหลวง ตำบลก้อ อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน	สนง.ทางหลวงชนบท	ซ่อมสร้างผิวทางพาราเคพซีล ปรับปรุงพื้นทางใหม่ พร้อมเครื่องหมายจราจร เส้นจราจร โครงสร้างระบายน้ำ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกปลอดภัย
4.1	8. โครงการพัฒนาปรับปรุงเส้นทางคมนาคมเข้าแหล่งท่องเที่ยวเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบ้านโฮ่ง ตำบลบ้านโฮ่ง อำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน	สนง.ทางหลวงชนบท	ก่อสร้างถนนลาดยางผิวจราจรแอสฟัลติกคอนกรีต พร้อมเครื่องหมายจราจร เส้นจราจร โครงสร้างระบายน้ำและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกปลอดภัย
4.2	9. โครงการปรับปรุงภูมิ ทัศน์บริเวณบ้านครูบาเจ้าศรีวิชัย	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดลำพูน	ปรับปรุงภูมิทัศน์ชาติภูมิสถานบ้านครูบาเจ้าศรี วิชัย

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
4.1	10. โครงการก่อสร้าง อาคารหอประวัติศาสตร์เมืองลี้	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดลำพูน	ก่อสร้างอาคารหอประวัติศาสตร์เมืองลี้
4.1	11. โครงการปรับปรุง เส้นทางจราจรสู่แหล่ง ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สายบ้านหนองเงือก - บ้านกองงาม	สนง.ทางหลวงชนบท	ปรับปรุงผิวจราจรแอสฟัลท์ติกคอนกรีต
5.1/6.1	12. โครงการจัดงาน ประเพณีแห่แค่หลวงอำเภอ บ้านโฮ่ง	สนง.วัฒนธรรมจังหวัดลำพูน	ประชาสัมพันธ์และจัดงานแห่แค่หลวงอำเภอบ้านโฮ่ง เพื่อสืบสานวัฒนธรรมประเพณี ยกระดับ เพื่อการท่องเที่ยว
5.1/6.1	13. โครงการสืบฮีต สานฮอยย้อนรอยผ้ายกดอก อำเภอทุ่งหัวช้าง	สนง.วัฒนธรรมจังหวัดลำพูน	ประชาสัมพันธ์และจัดงานสืบฮีต สานฮอยย้อนรอยผ้ายกดอกอำเภอทุ่งหัวช้าง ยกระดับเพื่อการท่องเที่ยว
4.2	14. โครงการบูรณะฟื้นฟูเขตเมืองลี้เก่า (กำแพงเมือง, คูเมืองเก่า, ปรับภูมิทัศน์) หมู่ที่ 4 ตำบลลี้ อำเภอลี้ จังหวัด ลำพูน	กรมศิลปากร	ศึกษาและบูรณะฟื้นฟูเมืองเก่าลี้ (กำแพงเมือง, คูเมืองเก่า, ปรับภูมิทัศน์)

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.7-35: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
3. เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	3.1 การพัฒนามัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว/ บุคลากรที่เกี่ยวข้องให้ได้มาตรฐาน
4.ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	4.1 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม (ถนน ป้าย สภาพอาคาร)
5. พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	5.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม
6. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	6.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว

แผนภาพที่ 3.7-16: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ของจังหวัดลำพูน

หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดลำพูน

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.7-36: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[24]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
3.1	1.โครงการสืบสานงานศิลป์ผ้าถิ่นลำพูน	1) จัดกิจกรรมสืบสาน ถ่ายทอดภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมให้แก่ เยาวชนและประชาชน เช่น -อบรมถ่ายทอดองค์ความรู้ผ้าทอกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ - อบรมถ่ายทอดองค์ความรู้ผ้าทอกลุ่มชาติพันธุ์ไทยอง 2) กิจกรรมสืบสารตำนานไทลื้อและไทยอง	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดลำพูน
5.1	2.โครงการตามรอยวิถีครูบาศรีวิชัยนักบุญแห่งล้านนาไทย	1) จัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อดึงดูด และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลำพูน เช่น - กิจกรรมน้อมรำลึกวันชาตการครูบาศรีวิชัย - กิจกรรมน้อมรำลึกวันอุปสมบทครูบาศรีวิชัย - กิจกรรมตามรอยจอบสุดท้ายครูบาศรีวิชัย - กิจกรรมน้อมรำลึกวันมรณภาพครูบาศรีวิชัย 2) กิจกรรมน้อมรำลึกวันพระราชทานเพลิงศพครูบาศรีวิชัย	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดลำพูน
5.1	3.โครงการวิถีถิ่น วิถีภูษา ผืนผ้าลำพูน	ให้ประชาชน นักเรียน นักศึกษา รวมถึงนักท่องเที่ยวได้สวมใส่ผ้าทอท้องถิ่น เป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมและเป็นแบบอย่างแก่เยาวชนรุ่นหลังเพื่อให้มีการใช้ผ้าทอและผ้าท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำพูน
3.1	4.โครงการ ฝึกอบรมอาสาพาเที่ยวชุมชน	ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยคนในชุมชนเพื่อเป็นบริการการอาสาพาเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำพูน

[24] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
4.1	5.โครงการจัดทำฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน ผ่าน Mobile Application 4.0	พัฒนาโปรแกรมแนะนำข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวบนระบบโทรศัพท์มือถือ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ทุกลุ่มที่ต้องการข้อมูลสถานที่ ท่องเที่ยว แหล่งบันเทิง แหล่งซื้อของฝาก และที่พัก รวมทั้งการแสดงแผนที่เส้นทางการเดินทาง โดยที่ผู้ใช้สามารถเลือกข้อมูลสถานที่ที่ต้องการค้นหาได้ทุกเวลาและโอกาส บน Application บนโทรศัพท์มือถือระบบปฏิบัติการ iOS และ Android เพื่อเป็นการตัวช่วยเหลือ ให้แก่นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดลำพูน ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น โดยนักท่องเที่ยวจะสามารถเลือกประเภทของสถานที่ท่องเที่ยว จากนั้น Application จะช่วยแนะนำ และลำดับเส้นทาง การท่องเที่ยวที่สั้นที่สุดให้กับนักท่องเที่ยวได้	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำพูน

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: 1.โครงการสืบสารงานศิลป์ผ้าถิ่นลำพูน
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ประชากรในจังหวัดลำพูนมีหลายกลุ่ม เช่น ไทยอง ไทลื้อ ไทยวน มอญ ปกาเกอะญอ ในอดีตสิ่งที่บ่งบอกถึงความโดดเด่นของแต่ละกลุ่มคือการแต่งกายโดยผ้าทอพื้นเมืองอันสวยงาม แต่ในปัจจุบันวิถีวัฒนธรรมอันดีงามเหล่านี้กำลังเลือนหายไปจากจังหวัดลำพูน ดังนั้นสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดลำพูนในฐานะหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการอนุรักษ์ ส่งเสริมและสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม จึงได้จัดทำโครงการสืบสานงานศิลป์ผ้าถิ่นลำพูน

สรุปแนวคิดโครงการ

จัดกิจกรรมสืบสาน ถ่ายทอดภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมให้แก่ เยาวชนและประชาชน เช่น

อบรมถ่ายทอดองค์ความรู้ผ้าทอกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ

อบรมถ่ายทอดองค์ความรู้ผ้าทอกลุ่มชาติพันธุ์ไทยอง

กิจกรรมสืบสารตำนานไทลื้อและไทยอง

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. นิทรรศการผ้าทอลำพูน
2. ประกวดการทอผ้า
3. การแสดงศิลป์วัฒนธรรมพื้นบ้าน
4. กิจกรรมกาดหมั้วครัวฮอม
5. ประกวดการแต่งการกลุ่มชาติพันธุ์
6. การแสดง แสง สี เสียง

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

เทศบาลตำบลบ้านลี้

เทศตำบลเวียงยอง

สภาวัฒนธรรมจังหวัดลำพูน

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดลำพูน

ผลลัพธ์: มีผู้สืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้าของจังหวัดลำพูน

ผลผลิต: เด็ก/เยาวชนได้รับสืบทอดภูมิปัญญาทอผ้า

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- จัดอบรมองค์ความรู้การทอผ้าไทลื้อ 100 คน
- จัดอบรมองค์ความรู้การทอผ้าไทยอง 100 คน

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.อบรมถ่ายทอดองค์ความรู้ผ้าทอกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ	ธันวาคม มกราคม กุมภาพันธ์	300,00		สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดลำพูน	
2.อบรมถ่ายองค์ความรู้ผ้าทอกลุ่มชาติพันธุ์ไทยอง		300,000		สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดลำพูน	
3.กิจกรรมสืบสานตำนานไทลื้อและไทยอง		1,000,000		สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดลำพูน	

ชื่อโครงการ: 2.โครงการตามรอยวิถีครูบาศรีวิชัยนักบุญแห่งล้านนาไทย

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

พระศรีวิชัยหรือครูบาศรีวิชัยผู้ได้รับการขนานนามว่า “นักบุญแห่งล้านนาไทย” เป็นคนลำพูนโดยกำเนิด ท่านได้สร้างคุณประการทางด้านพุทธศาสนามากมาย ปัจจุบันหน่วยงานต่างๆในจังหวัดลำพูนได้จัดกิจกรรมนิยมรำลึก แต่ยังขาดความเป็นเอกภาพ ขาดการบูรณาการในการดำเนินกิจกรรม

ดังนั้นจึงจัดโครงการตามรอยวิถีครูบาศรีวิชัย เพื่อให้ทราบถึงชีวประวัติ ผลงานของครูบาศรีวิชัย

สรุปแนวคิดโครงการ

จัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อดึงดูด และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลำพูน เช่น

กิจกรรมน้อมรำลึกวันชาตการครูบาศรีวิชัย

กิจกรรมน้อมรำลึกวันอุปสมบทครูบาศรีวิชัย

กิจกรรมตามรอยจอบสุดท้ายครูบาศรีวิชัย

กิจกรรมน้อมรำลึกวันมรณภาพครูบาศรีวิชัย

กิจกรรมน้อมรำลึกวันพระราชทานเพลิงศพครูบาศรีวิชัย

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. นิทรรศการชีวประวัติครูบาศรีวิชัย
2. การแสดง แสงสีเสียง ประวัติครูบาศรีวิชัย
3. ประกวดสวดมนต์บารมี 30 ทัด
4. การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน
5. การสาธิตและถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. คณะสงฆ์จังหวัดลำพูน
2. องค์การบริหารส่วนจังหวัดลำพูน
3. เทศบาลเมืองลำพูน เทศบาลตำบลป่าสัก,บ้านโฮ่ง,รืมปิง,ศรีวิชัย
4. สภาวัฒนธรรมจังหวัดลำพูน

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดลำพูน

ผลลัพธ์:

1. เกิดการบูรณาการทำงานร่มกันของหน่วยงานในพื้นที่
2. ประชาชน,นักท่องเที่ยว,นักเรียนนักศึกษา ได้เรียนรู้ชีวประวัติครูบาศรีวิชัย
3. เป็นการส่งเสริมและอนุรักษ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
4. เป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่ม

ผลผลิต:

กิจกรรมตามรอยวิถีครูบาศรีวิชัย

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- ดำเนินกิจกรรมตามรอยครูบาศรีวิชัยได้ครบ 5 กิจกรรม

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.กิจกรรมน้อมรำลึกวันชาตการครูบาศรีวิชัย	10-11 มิ.ย.	500,000		สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดลำพูน	
2.กิจกรรมน้อมรำลึกวันอุปสมบทครูบาศรีวิชัย	10-11 พ.ค.	500,000		สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดลำพูน	
3.กิจกรรมตามรอยจอบสุดท้ายครูบาศรีวิชัย	10-11 เม.ย.	500,000		สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดลำพูน	
4.กิจกรรมน้อมรำลึกวันมรณภาพครูบาศรีวิชัย	10-11 ก.พ.	500,000		สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดลำพูน	
5.กิจกรรมน้อมรำลึกวันพระราชทานเพลิงศพครูบาศรีวิชัย	10-11 มี.ค.	500,000		สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดลำพูน	

ชื่อโครงการ: 3.โครงการวิถีถิ่น วิถีภูษา ผืนผ้าลำพูน

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

จังหวัดลำพูนมีความเก่าแก่ทางด้านประวัติศาสตร์ที่มีวัฒนธรรมประเพณีงดงามสืบทอดจากบรรพบุรุษโดยเฉพาะการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นแต่ในปัจจุบันการแต่งกายด้วยผ้าทอลำพูนขาดการอนุรักษ์และสืบสาน สืบต่อวิถีวัฒนธรรมการแต่งกายจึงมีโครงการวิถีถิ่น วิถีภูษา ผืนผ้าลำพูนขึ้นเพื่อเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของจังหวัดลำพูนที่ต้องการอนุรักษ์และสืบสารต่อไป

สรุปแนวคิดโครงการ

เพื่อให้ประชาชน นักเรียน นักศึกษา รวมถึงนักท่องเที่ยวได้สวมใส่ผ้าทอท้องถิ่น เป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมและเป็นแบบอย่างแก่เยาวชนรุ่นหลังเพื่อให้มีการใช้ผ้าทอและผ้าท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. รณรงค์การแต่งกายผ้าพื้นเมืองทุกวันศุกร์ทั้งหน่วยงานราชการและโรงเรียน
2. จัดนิทรรศการผ้าทอโบราณ
3. การสาธิตการทอผ้า
4. ประกวดการออกแบบชุดแต่งกายด้วยผ้าทอ
5. ออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือลำพูน
6. การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู่เพื่อการมีส่วนร่วม
7. บริการชุดแต่งกายให้กับนักท่องเที่ยว
8. สร้างพื้นที่สำหรับกิจกรรมในการถ่ายภาพ
9. การแสดงทางวัฒนธรรม

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. องค์กรปกครองส่วนท่องถิ่น
2. สำนักงานวัฒนธรรม
3. เทศบาลเมืองลำพูน
4. สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดลำพูน

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำพูน

ผลลัพธ์:

1. สร้างรายได้ให้ชุมชน
2. เกิดการเรียนรู้ในวิถีการแต่งกาย
3. เกิดการหวงแหนและปลูกจิตสำนึกในคุณค่า

ผลผลิต:

กิจกรรมวิถีถิ่น วิถีภูษา ผืนผ้าลำพูน จำนวน 9 กิจกรรม

ตัวชี้วัดของโครงการ:

โรงเรียน, หน่วยงานราชการในจังหวัดลำพูนแต่งการชุดพื้นเมืองทุกวันศุกร์

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. รณรงค์การแต่งกายผ้าพื้นเมืองทุกวันศุกร์ทั้งหน่วยงานราชการและโรงเรียน	เดือนกันยายน 2562	2,000,000 บาท		สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำพูน	
2.จัดนิทรรศการผ้าทอโบราณ, การแสดงทางวัฒนธรรม					
3. การสาธิตการทอผ้า,ออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์					
4.ประกวดการออกแบบชุดแต่งกายด้วยผ้าทอ					
5.การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้เพื่อการมีส่วนร่วม					
6.สร้างพื้นที่สำหรับกิจกรรมในการถ่ายภาพ					
7.การแสดงทางวัฒนธรรม					

ชื่อโครงการ: 4.โครงการ ฝึกอบรมอาสาพาเที่ยวชุมชน
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ขาดบุคลากรในการทำหน้าที่พาเที่ยวในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน โดยทางจังหวัดต้องกำหนดแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งเพื่อกำหนดการศึกษาสำรวจกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยว เพื่อใช้กำหนดหลักสูตรการอบรมอาสาพาเที่ยวให้เข้ากับแต่ละแหล่งท่องเที่ยว
สรุปแนวคิดโครงการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยคนในชุมชนเพื่อเป็นบริการการอาสาพาเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. ฝึกอบรมอาสาพาเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรม 2. จัดทำทะเบียนอาสาพาเที่ยวที่ผ่านการฝึกอบรม 3. การจัดเวทีสัมมนาเชื่อมโยงเครือข่ายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจัดทำข้อตกลงสนับสนุนการปฏิบัติงานหลังฝึกอบรม 4. ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านเว็บเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในลำพูน
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1. สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด 2. สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำพูน
ผลลัพธ์: 1. อาสาพาเที่ยวมีความสามารถในการแนะนำนักท่องเที่ยว 2. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน
ผลผลิต: อาสาพาเที่ยวที่ผ่านการฝึกอบรม
ตัวชี้วัดของโครงการ: ร้อยละ 80 ของผู้ผ่านฝึกอบรม สามารถปฏิบัติหน้าที่อาสาพาเที่ยวได้เป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1.ฝึกอบรมอาสาพาเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรม	งบประมาณ ปี2562		วิทยากรและคู่มือ	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
2.จัดทำทะเบียนอาสาพาเที่ยวที่ผ่านการฝึกอบรม	งบประมาณ ปี2562		บุคลากรและอุปกรณ์	สภาอุตสาหกรรมจังหวัด	
3.การจัดเวทีสัมมนาเชื่อมโยงเครือข่ายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จัดทำข้อตกลงสนับสนุนการปฏิบัติงานหลังฝึกอบรม	งบประมาณ ปี2562		ชุดเครื่องเสียง	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
4.ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านเว็บเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในลำพูน	งบประมาณ ปี2562			สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	

ชื่อโครงการ: 5.โครงการจัดทำฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน ผ่าน Mobile Application 4.0

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

เนื่องจาก สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน มีอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้นักท่องเที่ยวเกิด ปัญหาในการวางแผนการท่องเที่ยวให้ได้จำนวนสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อให้ได้เที่ยวมากที่สุดภายในระยะเวลา ที่จำกัด จากปัญหาดังกล่าว หากมีเทคโนโลยีที่สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ในการเข้าถึงข้อมูล สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัด อีกทั้งเป็นการสร้างความน่าสนใจให้แก่นักท่องเที่ยว ในการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดลำพูน

สรุปแนวคิดโครงการ

โครงการนี้จึงมีวัตถุประสงค์หลัก ในการพัฒนาโปรแกรมแนะนำข้อมูลสถานที่ ท่องเที่ยวบนระบบโทรศัพท์มือถือ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ทุกลุ่มที่ต้องการข้อมูลสถานที่ ท่องเที่ยว แหล่งบันเทิง แหล่งซื้อของฝาก และที่พัก รวมทั้งการแสดงแผนที่เส้นทางการเดินทาง โดยที่ผู้ใช้สามารถเลือกข้อมูลสถานที่ที่ต้องการค้นหาได้ทุกเวลาและโอกาส บน Application บนโทรศัพท์มือถือ ระบบปฏิบัติการ iOS และ Android เพื่อเป็นการตัวช่วยเหลือ ให้แก่นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดลำพูน ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น โดย นักท่องเที่ยวจะสามารถเลือกประเภทของสถานที่ท่องเที่ยว จากนั้น Application จะช่วยแนะนำ และลำดับเส้นทาง การท่องเที่ยวที่สั้นที่สุดให้กับนักท่องเที่ยวได้

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. จัดทำฐานข้อมูล (DATA BASE) แผนที่จังหวัดลำพูน และข้อมูล พื้นฐาน ตำแหน่งสถานที่ตั้ง
2. รวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด รวมทั้ง ประวัติ ความเป็นมาต่างๆ
3. จัดแบ่งประเภท แหล่งท่องเที่ยว ให้เป็นหมวดหมู่ ที่เหมาะสม

4. รวบรวมสถานที่พัก ต่างๆ ในจังหวัด โดยแยกประเภทให้ชัดเจน
5. จัดทำ Apprication เพื่อรวบรวมข้อมูลดังกล่าว เพื่อใช้ประมวลผล และแนะนำข้อมูลการท่องเที่ยว ให้ผู้ที่ประสบปัญหา ในการเดินทาง ท่องเที่ยวได้ใช้งานจริง

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, พาณิชย์จังหวัด
2. อุตสาหกรรมจังหวัด, วัฒนธรรมจังหวัด
3. พัฒนาชุมชน, ทางหลวงจังหวัด ทางหลวงชนบท
4. ชลประทาน, ป่าไม้ อุทยานแห่งชาติ, ปกครอง ท้องถิ่นต่างๆ
5. ภาคเอกชน

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำพูน

ผลลัพธ์:

1. สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวภายในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น
2. อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวให้สามารถวางแผนการเดินทางได้สะดวกยิ่งขึ้น

ผลผลิต: จังหวัดมี Application ที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้สืบค้นข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการวางแผนการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ร้อยละ
- นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
จ้างที่ปรึกษา จัดทำ Application โดยมีฐานข้อมูลตามที่กำหนด				สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ					

3.2 กลุ่มที่ 8 (จังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา จังหวัดแพร่ และจังหวัดน่าน)

3.2.1 สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ และ ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของจังหวัด กลุ่มที่ 8

พื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 8 ประกอบด้วย จังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา จังหวัดแพร่ และจังหวัดน่าน อยู่ทางตอนบนของประเทศระยะทางจากกรุงเทพมหานคร 785 กิโลเมตร มีชายแดนด้านเหนือติดกับสหภาพเมียนม่าร์ระยะทาง 130 กิโลเมตร ชายแดนด้านตะวันออกติดกับ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวระยะทาง 437 กิโลเมตร ด้านตะวันตกติดกับพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 7 ระยะทาง 181.1 กิโลเมตร ที่จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำปาง 225 กิโลเมตรและด้านใต้ติดกับพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 9 ที่จังหวัดอุตรดิตถ์ ระยะทาง 313.339 กิโลเมตร พื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 8 มีพื้นที่รวม 36,024 ตารางกิโลเมตร โดยพื้นที่ประเทศไทยมี 513,115 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 7.02 และจังหวัดเชียงรายมีพื้นที่มากที่สุด 11,678 ตารางกิโลเมตร

โดยพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นเทือกเขาสูงมีพื้นที่ราบสูงเป็นย่อมๆ และมีป่าไม้ปกคลุม บางพื้นที่อาจจะมีภูเขาล้อมรอบติดกันเป็นพืดตลอดเขตจังหวัดและมีสภาพพื้นที่เป็นลูกคลื่น ลอนชันเกิน 30 องศา ส่วนลูกคลื่นลอนลาดตามลุ่มน้ำจะเป็นที่ราบแคบๆ ระหว่างหุบเขาตามแนวยาวของลุ่มน้ำ

อาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ทิศเหนือติดกับจังหวัดลำปาง สหภาพพม่า และประเทศลาว ทิศตะวันออกติดกับจังหวัดอุตรดิตถ์ และประเทศลาว ทิศใต้ติดกับจังหวัดลำปาง อุตรดิตถ์ และสุโขทัย ทิศตะวันตกติดกับจังหวัดลำปาง และเชียงใหม่

แหล่งท่องเที่ยวของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 8 มีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และเชิงสุขภาพ เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดในกลุ่มฯ และประเทศในกลุ่ม GMS หรือการท่องเที่ยวชายแดนที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง โดยเฉพาะเชียงรายและน่าน เช่น เส้นทางท่องเที่ยวลำน้ำโขง ยูนนาน-เชียงราย-หลวงพระบาง และเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวถนน R3E รวมทั้งการท่องเที่ยวชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดน่าน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเชียงราย สถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ควรพลาด เช่น ดอยเสมอดาว (น่าน) วนอุทยานภูลังกา (พะเยา) พระตำหนักดอยตุงและสวนแม่ฟ้าหลวง (เชียงราย) วัดพระธาตุช่อแฮ (แพร่) เป็นต้น

ในส่วนของการวิเคราะห์ศักยภาพจากตัวชี้วัดการพัฒนาพบว่า ค่อนข้างสอดคล้องกับโครงสร้างและทิศทางของเศรษฐกิจของพื้นที่ในภาพรวม โดยพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 8 นี้มีศักยภาพในเรื่องของการท่องเที่ยว การให้บริการที่สูง และในส่วนของภาคการเกษตรนั้น ยังคงมีสถานการณ์ทางด้านการพัฒนาผลผลิตสินค้าเกษตรเฉลี่ยเพิ่มขึ้นอยู่ด้วย

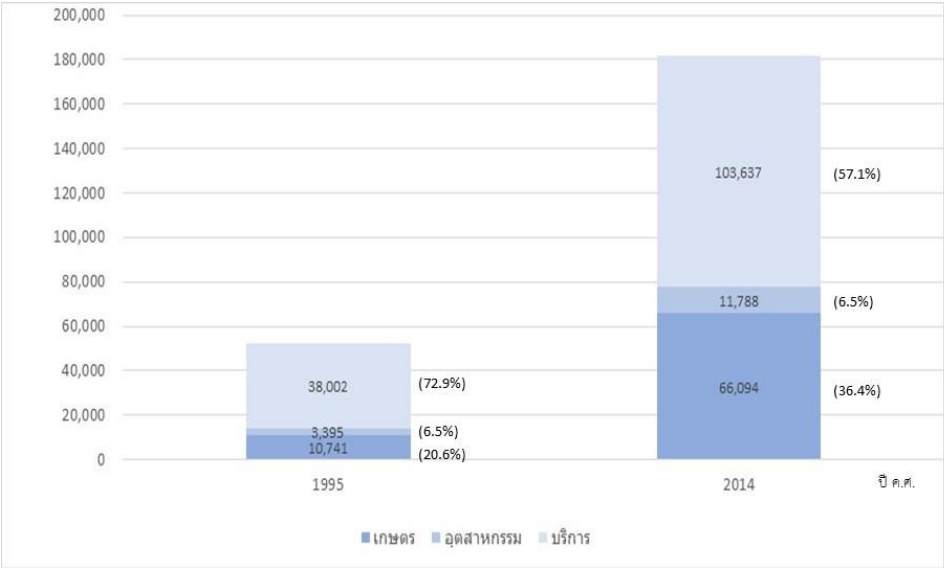
ทั้งนี้ จากข้อมูลศักยภาพ และทิศทางการพัฒนาทั้งหมด จึงสามารถสรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่จะนำมาใช้ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในแต่ละจังหวัด ได้ดังนี้

ตารางที่ 3.8-1: สรุปตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพรายจังหวัดที่จะใช้ในการฝึกอบรมของโครงการ

จังหวัด	ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1	ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2
เชียงราย	ข้าวปลอดภัย/GAP	การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นิเวศและสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน)
แพร่	ผลิตภัณฑ์จากไม้สัก	การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม
น่าน	ทรัพยากรธรรมชาติ ป่าไม้	การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม
พะเยา	ข้าวปลอดภัย/GAP	การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ (สมุนไพร)

ในช่วงเวลา 20 ปีที่ผ่านมา เศรษฐกิจของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 8 เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.79 ต่อปี โดยจำนวนประชากรหดตัวเล็กน้อยเฉลี่ยร้อยละ -0.23 ต่อปี ในขณะที่ผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัดต่อคนขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 7.04 ต่อปี สาขาเศรษฐกิจหลักของกลุ่มจังหวัดคือภาคบริการมีสัดส่วนร้อยละ 57.1 รองลงมาคือภาคเกษตรมีสัดส่วนร้อยละ 36.4 ส่วนภาคอุตสาหกรรมมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 6.5

แผนภาพที่ 3.8-1: ผลิตภัณฑ์มวลรวมของกลุ่มจังหวัดจำแนกตามสาขาการผลิต (ล้านบาท)



ที่มา: วิเคราะห์จากข้อมูลสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บแสดงสัดส่วนของสาขาการผลิตต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของกลุ่มจังหวัด (ร้อยละ)

ผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดเชียงรายสูงสุด รองลงมาคือพะเยา น่าน แพร่ โดยเชียงรายมีผลิตภัณฑ์มวลรวมสูงกว่าจังหวัดอื่นๆมาก อย่างไรก็ตาม ในระยะ 20 ปีที่ผ่านมา (ค.ศ. 1995-2014) ทุกจังหวัดภายในกลุ่มได้ขยายตัวขึ้นมาโดยตลอด

ภาคเกษตรกรรมของกลุ่มจังหวัดมีสัดส่วนร้อยละ 4.9 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ มีมูลค่า 66,094 ล้านบาท สินค้าเกษตรหลักของกลุ่มจังหวัด คือ ข้าวนาปี (สูงสุดที่จังหวัดเชียงราย) ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์มีผลผลิตสูงสุดอันดับ 2 ของประเทศ (สูงสุดที่น่าน) ข้าวนาปรัง (สูงสุดที่เชียงราย) มันสำปะหลัง (สูงสุดที่เชียงราย) ลำไยมีผลผลิตสูงสุดอันดับ 3 ของประเทศ (สูงสุดที่เชียงราย) กระเทียมมีผลผลิตสูงสุดอันดับ 2 ของ

ประเทศ (สูงสุดที่พะเยา) กาแฟมีผลผลิตสูงสุดอันดับ 2 ของประเทศ (สูงสุดที่เชียงราย) ถั่วเหลืองมีผลผลิตสูงสุดอันดับ 2 ของประเทศ (สูงสุดที่เชียงราย) มันฝรั่งมีผลผลิตสูงสุดอันดับ 3 ของประเทศ (สูงสุดที่เชียงราย) ลิ้นจี่มีผลผลิตสูงสุดอันดับ 2 ของประเทศ (สูงสุดที่พะเยา) หอมหัวใหญ่มีผลผลิตสูงสุดอันดับ 2 ของประเทศ (มีเฉพาะเชียงราย) ทั้งนี้ กลุ่มจังหวัดมีสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดภายในกลุ่มจังหวัด ได้แก่ เชียงราย (กาแฟดอยตุง กาแฟดอยช้าง สับปะรดนางแล สับปะรดภูแลเชียงราย) น่าน (ญอกมละบริน่าน ส้มสีทองน่าน) ภาคเหนือ 8 จังหวัด (ข้าวก่ำล้านนา)

ภาคอุตสาหกรรมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 8 มีสัดส่วนร้อยละ 0.29 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ มีมูลค่า 11,788 ล้านบาท

ด้านการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเยือนพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 8 เป็นนักท่องเที่ยวไทย โดยในปี 2014 มีจำนวน 4.15 ล้านคน/ครั้ง ส่วนใหญ่มาที่เชียงราย 2.35 ล้านคน/ครั้ง สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมีจำนวน 0.60 ล้านคน/ครั้ง ส่วนใหญ่มาที่เชียงราย 0.51 ล้านคน/ครั้ง นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยือนพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 8 สูงเป็นอันดับ 10 เมื่อเทียบกับ 18 กลุ่มจังหวัดทั่วประเทศ ในขณะที่นักท่องเที่ยวไทยมาเยือนกลุ่มจังหวัดเป็นอันดับที่ 16 เมื่อเทียบกับ 18 กลุ่มจังหวัดทั่วประเทศ โดยพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 8 มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ 85 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 120 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม 51 แห่ง และแหล่งท่องเที่ยวมนุษย์สร้างขึ้น 25 แห่ง

สำหรับการวิเคราะห์ศักยภาพด้านเศรษฐกิจของพื้นที่ จะมุ่งเน้นการวิเคราะห์โครงสร้างทางเศรษฐกิจในภาพรวมของแต่พื้นที่ และจังหวัดในพื้นที่ เพื่อให้เห็นถึงจุดเน้นทางด้านโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สถานการณ์ปัจจุบัน และแนวโน้มจากข้อมูลที่ผ่านมา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- **สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 8 จำแนกตามสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญ**

ตารางที่ 3.8-2: สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 8 จำแนกตามสาขาเศรษฐกิจ (ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์มวลรวมพื้นที่ (ณ ราคาปัจจุบัน)	2556	2557	เปลี่ยนแปลง (2557/2556) ร้อยละ	2558	เปลี่ยนแปลง (2558/2557) ร้อยละ
เกษตร (สัดส่วน ร้อยละ)	65,019 (36.4)	64,946 (36.5)	-0.001	59,747 (32.8)	-0.08
อุตสาหกรรม (สัดส่วน ร้อยละ)	10,631 (6.0)	9,970 (5.6)	-0.062	10,687 (5.9)	0.07
บริการ (สัดส่วน ร้อยละ)	103,021 (57.7)	102,928 (57.9)	-0.001	111,856 (61.4)	0.09
ผลิตภัณฑ์มวลรวมพื้นที่	178,672	177,844	-0.005	182,290	0.02

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

- **สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 8 จำแนกตามจังหวัดในกลุ่ม**

ตารางที่ 3.8-3: สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 8 จำแนกตามจังหวัดในกลุ่ม (ล้านบาท)

จังหวัดในกลุ่ม	2556	2557	เปลี่ยนแปลง (2557/2556) ร้อยละ	2558	เปลี่ยนแปลง (2558/2557) ร้อยละ
เชียงราย (สัดส่วน ร้อยละ)	93,752 (52.5)	93,028 (52.3)	-0.77	94,410 (51.8)	1.49
น่าน (สัดส่วน ร้อยละ)	26,139 (14.6)	27,035 (15.2)	3.43	28,558 (15.7)	5.63
พะเยา (สัดส่วน ร้อยละ)	32,774 (18.3)	32,079 (18.0)	-2.12	33,391 (18.3)	4.09
แพร่ (สัดส่วน ร้อยละ)	26,006 (14.6)	25,702 (14.5)	-1.17	25,931 (14.2)	0.89
ผลิตภัณฑ์มวลรวมพื้นที่	178,671	177,844	-0.46	182,290	2.50

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

3.2.2 การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ต่อพื้นที่กลุ่มที่ 8

การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่ ในส่วนนี้เป็นประมวลนโยบาย และแผนงานยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ เปรียบเสมือนการประเมินปัจจัยภายนอก (External Factors) พร้อมวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งในด้านบวกและลบ เพื่อมาวิเคราะห์ในส่วนของโอกาส และอุปสรรคต่อการดำเนินงานของพื้นที่ต่อไป โดยมีผลสรุปการวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ต่อพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 8 ดังนี้

ตารางที่ 3.8-4: สรุปผลการวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่

นโยบาย	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
<u>**กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579)**</u> ยุทธศาสร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสร์ที่ 5 ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	+ มีกรอบและเป้าหมายการพัฒนาในระยะยาวที่ชัดเจน ทำให้มีแนวทางที่ชัดเจนในการจัดทำแผนพัฒนาอื่นๆ ที่สอดคล้องกับนโยบายระดับชาติ + เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มจังหวัด ทั้งในด้านการผลิต บริการ การค้า การลงทุน และการพัฒนาเมืองและระบบโครงสร้างพื้นฐาน

นโยบาย	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
	+ สร้างการพัฒนาของเศรษฐกิจและสังคมที่มีความยั่งยืนรวมถึงสร้างความเจริญแก่ทุกภาคส่วนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียม
<u>แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12</u> **ยุทธศาสตร์ 9 การพัฒนาภาค เมืองและพื้นที่เศรษฐกิจ** • เป้าหมายภาคเหนือ การพัฒนาฐานเศรษฐกิจให้เป็นฐานเศรษฐกิจมูลค่าสูง	+ สร้างห่วงโซ่คุณค่าของภาคการเกษตรเพื่อสร้างรายได้ให้แก่พื้นที่อย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงการต่อยอดสิ่งที่มีศักยภาพอยู่แล้วในแต่ละพื้นที่ + สร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลผลิตขั้นปฐมภูมิ จากการวิจัย การประยุกต์ใช้นวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม + มีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ เข้าด้วยกันเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวนานาชาติ รวมถึงเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อเป็นการกระจายรายได้และกระจายความเจริญ - ยังไม่มีการระบุแนวทางการบริหารจัดการผลกระทบด้านลบต่อสิ่งแวดล้อมที่จะตามมาจากการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยว เช่น การจัดการของเสีย
<u>ยุทธศาสตร์ด้านเกษตรกรรม</u> • **สินค้าเศรษฐกิจ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร)** – ข้าว โค กระบือ ถั่วลิสง ถั่วเหลือง ยาสูบ พืชผัก • **ยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)**	+ สร้างกิจกรรมเศรษฐกิจทั้งห่วงโซ่มูลค่าของผลผลิตเกษตรเป้าหมาย รายได้และความผาสุกของเกษตรกรและสถาบันเกษตรเพิ่มขึ้น + มีประสิทธิภาพของผลผลิตจากการเกษตรกรรมเพิ่มขึ้น และมีมูลค่าภาคการเกษตรเพิ่มสูงขึ้น + ฟื้นฟูทรัพยากรเกษตร และใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน - ปัจจัยการผลิตของสินค้าเกษตรเป้าหมายมีราคาสูงขึ้น จากความต้องการปัจจัยการผลิตในพื้นที่สูงขึ้น
<u>ยุทธศาสตร์ด้านอุตสาหกรรม</u> • **ศักยภาพอุตสาหกรรม (กระทรวงอุตสาหกรรม)** – ผลิตไฟฟ้าจากชีวมวลและขยะชุมชน แปรรูปการเกษตร (ข้าว ข้าวโพด ชา กาแฟ สับปะรด สมุนไพร ยางพารา ฯลฯ) • **ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)**	+ สร้างคลัสเตอร์อุตสาหกรรมที่มีนวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มสูง รวมทั้งเกิดการเชื่อมโยงเป็นห่วงโซ่มูลค่าทั้งในและต่างประเทศ + ยกระดับผลิตภาพ มาตรฐานและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมเป้าหมาย + พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และทรัพยากรมนุษย์ทั้งในแง่คุณภาพ และปริมาณ ตลอดจนองค์ความรู้ในอุตสาหกรรมเป้าหมาย - ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรมลงจากผลกระทบของการประกอบอุตสาหกรรม

นโยบาย	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
<u>ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว</u> • **เป้าหมาย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)** – เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาล้านนาเชิงสร้างสรรค์เชื่อมโยงอนุภาคลุ่มน้ำโขง **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 2**	+ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับสินค้าและบริการ สินค้า OTOP รวมทั้งเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดในกลุ่มล้านนาและประเทศเพื่อนบ้าน + พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงบุคลากรเพื่อรองรับกิจกรรมท่องเที่ยว - ทรัพยากรธรรมชาติ สภาพแวดล้อม และมรดกทางวัฒนธรรมได้รับความเสียหายจากนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม - การมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาในพื้นที่ อาจทำให้เกิดการเลียนแบบวัฒนธรรมต่างชาติ ทำให้สูญเสียเอกลักษณ์และวัฒนธรรมความเป็นไทย - เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ขยะและน้ำเสีย
<u>ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาเมือง และโครงสร้างพื้นฐาน</u> • **เมืองเป้าหมาย เชียงราย (เชียงของ)** – เมืองชายแดน • **ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง 2558 – 2565** • การพัฒนาโครงข่ายรถไฟระหว่างเมือง เช่น สายเด่นชัย-เชียงของการเพิ่มขีดความสามารถทางหลวงเชื่อมโยงฐานการผลิตของประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน	+ สร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาเมืองศูนย์กลางให้น่าอยู่ ทั้งระบบสาธารณูปโภค สิ่งแวดล้อม และการบริหารจัดการที่ดี + มีเป้าหมายในการพัฒนาเมืองหลักอย่างยั่งยืน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม + การเชื่อมโยงโครงข่ายคมนาคมขนส่ง ทำให้การขนส่งสินค้าและการเดินทางสะดวกยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ + กระจายความเจริญ สังคมเมือง และกิจกรรมทางเศรษฐกิจไปสู่เมืองเป้าหมายในการพัฒนา เพื่อยกระดับความกินดีอยู่ดีของประชาชนในพื้นที่ - ปัญหาการลักลอบเข้าเมืองของแรงงานต่างด้าวจากประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งมีความเสี่ยงทั้งในเชิงความมั่นคง สาธารณสุข ตลอดจนการแย่งงานคนในพื้นที่
<u>ด้านการค้า / เขตเศรษฐกิจพิเศษ / การค้าชายแดน</u> • **ตำแหน่งยุทธศาสตร์การค้า (กระทรวงพาณิชย์)** – ประตูสู่อนุภาคลุ่มแม่น้ำโขงและอาเซียน+3 และศูนย์กลางท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตอนเหนือ • **เชื่อมโยงการพัฒนาเศรษฐกิจตามแนวพื้นที่ชายแดน เขตเศรษฐกิจชายแดน ตลอดจนเชื่อมโยงระบบการผลิตกับพื้นที่ตอนในของประเทศ** **เชียงราย** – การค้า การขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ คลังสินค้า MICE	+ ต่อยอดให้เกิดการพัฒนาผลผลิตที่มีความหลากหลาย และมีการใช้นวัตกรรมเพื่อสร้างสินค้าอุตสาหกรรมที่โดดเด่นยิ่งขึ้น + เกิดความเชื่อมโยงทางการค้าในห่วงโซ่มูลค่าระหว่างภาคการผลิตและกระจายสินค้าทั้งในระดับประเทศและระหว่างประเทศ - เกิดการลักลอบนำเข้า และส่งออกสินค้าผิดกฎหมาย รวมถึงสินค้าหลบเลี่ยงภาษี ซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศ

นโยบาย	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
<u>**แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด**</u> • **วิสัยทัศน์กลุ่มจังหวัด** ประตูล้านนาสากล โดดเด่นวัฒนธรรมล้านนา สินค้าเกษตรปลอดภัย ประชาชนร่วมใจอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ • **จุดเน้นยุทธศาสตร์ (Positioning)** 1. ศูนย์กลางการขนส่งและการกระจายสินค้า เชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศ GMS, AEC และด่านการค้าชายแดน 2. ศูนย์กลางเมืองท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา 3. สินค้าเกษตรคุณภาพดีและปลอดภัย (ข้าว ลำไย ยางพารา โคเนื้อ สมุนไพร)	+ กลุ่มจังหวัดมีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งภาคเกษตร ภาคการท่องเที่ยวและการค้าการลงทุน + สร้างมูลค่าเพิ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การผลิต แปรรูป การตลาด และการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ + เกิดการสร้างงานและสร้างรายได้

3.2.3 การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญจากข้อมูลตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนาของพื้นที่ (Benchmarking)

หลังจากที่มีการวิเคราะห์ผลกระทบเชิงนโยบาย และยุทธศาสตร์สำคัญ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External Factors) ที่เข้ามากระทบแล้ว พื้นที่ยังจะต้องมีการวิเคราะห์ศักยภาพของปัจจัยภายใน (Internal Factors) ด้วยจึงได้มีการนำเครื่องมือที่มีชื่อว่า การวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดของกระทรวงมหาดไทย (MOI Benchmarking) เข้ามาใช้และประเมินผลการดำเนินงานเชิงเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่นๆ ของประเทศผ่านตัวชี้วัดในด้านต่างๆ ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อประเมินถึงจุดแข็ง และจุดอ่อนในแต่ละด้าน

อย่างไรก็ตาม ด้วยขอบเขตของการศึกษาที่มุ่งเน้นในเรื่องของเศรษฐกิจเป็นสำคัญ จึงได้มีการคัดเลือกและหยิบยกเฉพาะตัวชี้วัดทางด้านเศรษฐกิจขึ้นมาวิเคราะห์ประเด็นสำคัญเป็นหลัก ซึ่งมีรายละเอียด ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.8-5: สรุปตัวชี้วัดที่สำคัญต่อพื้นที่กลุ่มที่ 8

ตัวชี้วัดที่สำคัญ	คะแนน	หน่วยวัด	อันดับ
อัตราพึ่งพิง*	46.75	ร้อยละ	5
คนอายุ 15 - 60 ปีเต็ม มีอาชีพและมีรายได้	97.73	ร้อยละ	13
คนอายุมากกว่า 60 ปีเต็มขึ้นไป มีอาชีพและมีรายได้	93.14	ร้อยละ	12
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	21.22	ร้อยละ	4
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	22.08	ร้อยละ	12
ผลผลิตสินค้าเกษตรสำคัญต่อไร่	649	กก.ต่อไร่	16
อัตราการเพิ่มของผลผลิตสินค้าเกษตรเฉลี่ย	-0.46	ร้อยละ	10
อัตราส่วนฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์ม (GAP) ต่อจำนวนฟาร์มทั้งหมด	2.01	ร้อยละ	10
จำนวนโรงงาน / สปก ผลิตสินค้าเกษตรและอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP / HACCP	4	แห่ง	17

ตัวชี้วัดที่สำคัญ	คะแนน	หน่วยวัด	อันดับ
สัดส่วนรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตรต่อรายได้เงินสดสุทธิของครัวเรือนเกษตร	36.31	ร้อยละ	10
สัดส่วนหนี้เสียต่อปริมาณเงินให้กู้ยืม (ร้อยละ)*	2.37	ร้อยละ	6
สัดส่วนปริมาณเงินกู้ยืมต่อรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตร (ร้อยละ)*	87.92	ร้อยละ	6
สัดส่วนหนี้ในระบบต่อหนี้ทั้งหมด	99.34	ร้อยละ	3
อัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนเกษตรกรในพื้นที่	-8.88	ร้อยละ	16
สัดส่วนปริมาณพืชพลังงานต่อสินค้าเกษตรทั้งหมด	14.27	ร้อยละ	18
สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาอุตสาหกรรมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	5.46	ร้อยละ	17
อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด	2.95	ร้อยละ	8
อัตราเงินเฟ้อ*	-1.35	ร้อยละ	13
ผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย	9,045.40	บาท / คน / ปี	17
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	31.63	ร้อยละ	4
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดสาขาการขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคมต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์	3.80	ร้อยละ	8
ปริมาณการใช้น้ำมันดีเซล	358,005.80	พันลิตร	16
ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน	168,043.83	พันลิตร	16
ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าเฉลี่ยต่อราย*	2,441.00	กิโลวัตต์/ชั่วโมง/ราย	3

ที่มา : ฐานข้อมูลระบบการวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดของกระทรวงมหาดไทย (MOI Benchmarking)

หมายเหตุ : *ตัวชี้วัดแบบผกผัน

จากข้อมูลตัวชี้วัดข้างต้น หากวิเคราะห์และพิจารณาตามแนวคิด Quartile โดยเป็นการนำตัวชี้วัดของกลุ่มพื้นที่ทั้ง 18 กลุ่มทั้งหมดมาเรียงลำดับ และจัดแบ่งเป็นกลุ่ม 4 กลุ่ม ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.8-6: การจัดตำแหน่งตามแนวคิด Quartile เพื่อระบุศักยภาพการพัฒนา

Quartile	ระดับศักยภาพ	ช่วงอันดับ
Quartile 1	ดีมาก	1 - 4
Quartile 2	ดี	5 - 8
Quartile 3	ปานกลาง	9 - 13
Quartile 4	ต้องปรับปรุง	14 - 18

- **สรุปประเด็นการวิเคราะห์ตัวชี้วัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด**

ในภาพรวมข้อมูลการวัดระดับการพัฒนา พื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 8 ควรให้ความสำคัญรองรับการพัฒนาเศรษฐกิจ ด้านเกษตรกรรมที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งควรให้ความสำคัญธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเพื่อกระจายรายได้ ลดความเหลื่อมล้ำในสังคม อีกทั้งควรควบคุมการบริหารจัดการน้ำให้มีประสิทธิภาพ เพื่อส่งเสริมการเติบโตทางการเกษตรอย่างยั่งยืน และคงคุณภาพน้ำให้อยู่ในเกณฑ์ดีต่อเนื่อง ลดปริมาณขยะ เพิ่มสัดส่วนการนำขยะกลับมาใช้ใหม่ เพื่อคุณภาพชีวิตของประชากรในกลุ่มจังหวัดจะก้าวหน้าอย่างมั่นคง

จากตัวชี้วัดข้างต้น จึงสามารถสรุปประเด็นทางด้านศักยภาพในภาพรวมขอพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 8 ซึ่งประกอบไปด้วยจังหวัดเชียงราย จังหวัดแพร่ จังหวัดน่าน และจังหวัดพะเยา ได้ดังนี้

1) สถานการณ์ทางด้านแรงงานในกลุ่มจังหวัดอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับดี [คนอายุ 15 - 60 ปีเต็มมีอาชีพและมีรายได้ (12)] โดยมีประชากรกลุ่มเด็กและผู้สูงอายุที่สูงกว่าประชากรในวัยทำงานมาก [คนอายุมากกว่า 60 ปีเต็มขึ้นไป มีอาชีพและมีรายได้ (12), อัตราพึ่งพิง (2)]
2) ในภาพรวมเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดมีอัตราการขยายตัวอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับดี [อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด (8)] โดยมีตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจหลักเป็นภาคบริการโดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยว [สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (3), สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดสาขาการขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคมต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์ (10)]
3) ภาคการเกษตรของกลุ่มจังหวัด ถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง [สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (7), สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (12)] ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการพัฒนาการเกษตรของกลุ่มได้ดีอยู่ อย่างไรก็ตามยังคงมีปัญหาในเรื่องของการพัฒนาผลผลิต [ผลผลิตสินค้าเกษตรสำคัญต่อไร่ (16), อัตราการเพิ่มของผลผลิตสินค้าเกษตรเฉลี่ย (10)]
4) หากพิจารณาร่วมกับตัวชี้วัดทางด้านผลิตภาพแรงงาน อาจกล่าวได้ว่าแรงงานกลุ่มนี้ มีศักยภาพทางด้านงานบริการอยู่ในระดับปานกลาง[ผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย (12)]

3.2.4 การวิเคราะห์ SWOT ของพื้นที่กลุ่มที่ 8

จากการประมวลและวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย และยุทธศาสตร์ ซึ่งสะท้อนในมุมของปัจจัยภายนอก (External Factors) และการวิเคราะห์ประเด็นตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนา ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของปัจจัยภายใน (Internal Factors) นั้นจึงสามารถนำข้อมูลทั้งหมดมาทบทวนประเด็นศักยภาพ (SWOT) ของพื้นที่ในภาพรวม โดยอ้างอิงจากข้อมูลที่มีอยู่เดิม ได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)

S1 มีช่องทางการขนส่งสินค้า เชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศ GMS และ AEC ทั้งทางบกและ ทางน้ำและด่านการค้าชายแดน โดยมีชายแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน (สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและเมียนมาร์) ซึ่งเป็นโอกาสในการดำเนินกิจกรรมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวร่วมกัน

S2 มีวัฒนธรรมชนเผ่าที่โดดเด่นสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว มรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นกลุ่มล้านนาตะวันออกที่สามารถดึงดูดและสร้างคุณค่าด้านการท่องเที่ยวรวมทั้งสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหัตถอุตสาหกรรม นอกจากนี้มีธรรมชาติที่สวยงาม

S3 ระบบโลจิสติกส์ที่มีศักยภาพในการเชื่อมโยงกับเมืองหลักในเขตภูมิภาคเอเชียอาคเนย์และอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง GMS และประเทศข้างเคียง

S4 โครงการหลวงและศูนย์ศึกษาพัฒนาตามโครงการพระราชดำริที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัด รวมทั้งมีพืชเศรษฐกิจที่สำคัญคือข้าว ยางพารา ลำไย ลิ้นจี่ และ ชา กาแฟ ที่สามารถทำรายได้ให้กับกลุ่มจังหวัดทั้งเป็นสินค้าสดและแปรรูป

S5 สถาบันการศึกษาระดับสูงพร้อมที่จะสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มจังหวัด

จุดอ่อน (Weaknesses)

W1 คนท้องถิ่นส่วนใหญ่ไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมประกอบกับมีภัยธรรมชาติเกิดขึ้นบ่อย

W2 ชุมชนท้องถิ่นยังไม่สามารถนำทรัพยากรการท่องเที่ยวและทุนทางสังคมที่มีอยู่ รวมทั้งโอกาสของความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน

W3 ขาดระบบการบริหารจัดการน้ำที่มีประสิทธิภาพและไม่สามารถนำน้ำมาใช้ประโยชน์ด้านเกษตรกรรมอย่างคุ้มค่า

W4 ผู้ผลิตและผู้ประกอบการมีค่านิยมในการประกอบอาชีพลอกเลียนแบบกัน ทำให้ผลผลิตตกต่ำล้นตลาดและไม่มีคุณภาพ อีกทั้งยังขาดการรวมกลุ่มและเครือข่ายความร่วมมือกัน ทั้งกับไทย และต่างประเทศทำให้เป็นอุปสรรคในกระจายสินค้างและบริการ

W5 ทรัพยากรธรรมชาติทั้งป่าไม้และน้ำถูกทำลายทำให้สภาพนิเวศเปลี่ยนแปลงและเสื่อมถอยอย่างรวดเร็ว

W6 เกษตรกรใช้พื้นที่ทำการเกษตรกรรมมากขึ้นและทำการรุกพื้นที่ป่าและใช้สารเคมีในการเกษตรจำนวนมาก

โอกาส (Opportunities)

O1 สาธารณรัฐประชาชนจีนให้ความสำคัญและเร่งรัดการพัฒนาแม่น้ำโขงให้เป็นเส้นทางคมนาคมขนส่งทางน้ำที่สามารถเชื่อมโยงการค้ากับประเทศต่างๆ ในเขตลุ่มน้ำโขง การค้า การท่องเที่ยว และการประมง

O2 สาธารณรัฐประชาชนจีน พม่า เวียดนามและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเป็นตลาดเป้าหมายที่มีประชากรจำนวนมากและมีกำลังซื้อสูง

O3 กระแสตื่นตัวด้านการรักษาสุขอนามัย ทำให้คนหันมาสนใจอาหารปลอดสารพิษและเน้นสุขภาพมากขึ้น

O4 องค์กรระหว่างประเทศที่มีความพร้อมในด้านการสนับสนุนโครงการความร่วมมือระหว่างประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

O5 แนวโน้มการให้ความสำคัญกับประเด็นการพัฒนาผู้สูงอายุ มีส่วนช่วยสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุและการพำนักยาวซึ่งเป็นการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของพื้นที่

O6 การร่วมลงทุนในประเทศของต่างประเทศเพิ่มขึ้นทำให้ผู้ประกอบการและผู้ผลิตมีเงินลงทุนในการผลิต

อุปสรรค (Threats)

T1 สภาวะทางเศรษฐกิจที่ไม่มีเสถียรภาพ ทำให้ระบบเศรษฐกิจชะลอตัว การขับเคลื่อนการดำเนินงานไม่ต่อเนื่อง

T2 ปัญหาการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจโลกส่งผลทำให้เศรษฐกิจได้รับความเสียหายและนักลงทุนขาดความเชื่อมั่นในการลงทุน

T3 จีนและเวียดนามเป็นคู่แข่งที่สำคัญในการผลิตสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในตลาดล่าง

T4 การเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรีอาจทำให้เกิดปัญหาแรงงานเกินงาน ปัญหายาเสพติด และกระทบต่อความมั่นคงของประเทศ

T5 การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ (Climate change) ทำให้เกิดภัยพิบัติในการทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

T6 ความมั่นคงทางอาหารมีแนวโน้มลดลง ซึ่งจะทำให้เกิดผลกระทบต่อการดำรงชีวิตและภาวะทางเศรษฐกิจ ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชน

จากการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 8 ด้วยข้อมูลด้านเศรษฐกิจที่สำคัญของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 8 รวมถึงข้อมูลผลกระทบของด้านโยบายสำคัญที่ถูกถ่ายทอดมายังพื้นที่จังหวัด ประกอบกับการวิเคราะห์แผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง สามารถวิเคราะห์ได้ถึงแนวทางการพัฒนาที่สำคัญของพื้นที่จังหวัด และสามารถสรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของพื้นที่กลุ่ม 8 ซึ่งจะแสดงออกในรูปแบบจุดเน้น หรือตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของพื้นที่และมีผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โดยในการฝึกอบรมเพื่อพัฒนารูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้นำแนวคิดของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) และห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) เข้ามาปรับใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนเพื่อให้การขับเคลื่อนมีทิศทางที่ชัดเจนมากที่สุด ซึ่งมีสรุปผลการอบรมเชิงปฏิบัติการของแต่ละจังหวัดในกลุ่มที่ 8 ดังนี้

3.2.5 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดเชียงราย

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดเชียงราย

จังหวัดเชียงราย ได้มีการกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

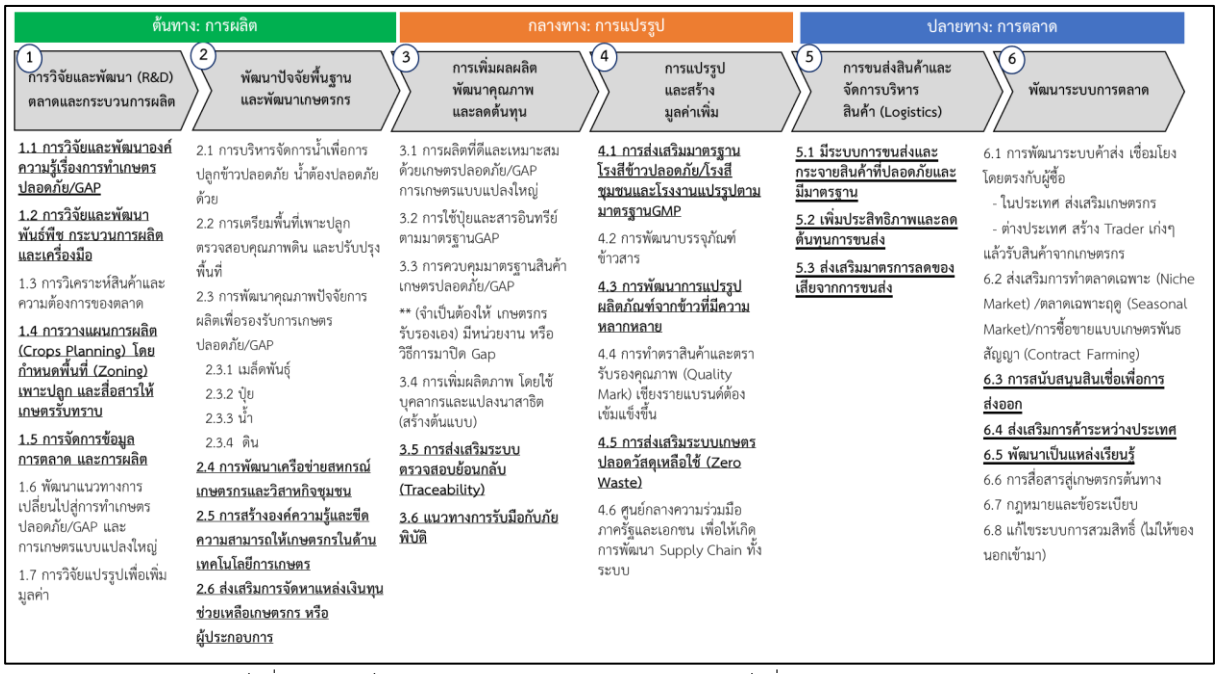
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ข้าวปลอดภัย/GAP	-ข้าว นับเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดเชียงราย โดยเป็นข้าวหอม และข้าวญี่ปุ่น -มีโอกาสต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นข้าวปลอดภัย GAP และผ่านการแปรรูปได้มากเพื่อสร้างจุดเด่น และลดต้นทุนการผลิตเพื่อสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพ
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นิเวศและสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน)	-เป็นเมืองท่องเที่ยวเชื่อมโยงสู่กลุ่มประเทศอาเซียนและ GMS โดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงเกษตร เชิงประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ และเชิงสุขภาพ -มีโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับสินค้าและบริการ สินค้า OTOP รวมทั้งเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดในกลุ่มล้านนาและประเทศเพื่อนบ้าน

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวปลอดภัย/GAP</u>

ภายใต้ประเด็น ข้าวปลอดภัย/GAP จังหวัดเชียงรายได้กำหนดระดับความชัดเจนของผลิตภัณฑ์ศักยภาพข้าวปลอดภัย/GAP ที่มีศักยภาพเป็น ข้าวหอมและข้าวญี่ปุ่นโดยได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิตพัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics) และ6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวปลอดภัย/ GAP ของจังหวัดเชียงราย



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน/โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน/โครงการมารองรับ(เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.3 การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาด 1.6 พัฒนาแนวทางการเปลี่ยนไปสู่การทำเกษตรปลอดภัย/GAP และการเกษตรแบบแปลงใหญ่ 1.7 การวิจัยแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า
2.พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.1 การบริหารจัดการน้ำเพื่อการปลูกข้าวปลอดภัย น้ำต้องปลอดภัยด้วย 2.2 การเตรียมพื้นที่เพาะปลูก ตรวจสอบคุณภาพดิน และปรับปรุงพื้นที่ 2.3 การพัฒนาคุณภาพปัจจัยการผลิตเพื่อรองรับการเกษตรปลอดภัย/GAP 2.3.1 เมล็ดพันธุ์ 2.3.2 ปุ๋ย 2.3.3 น้ำ 2.3.4 ดิน
3.การเพิ่มผลผลิตพัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน	3.1 การผลิตที่ดีและเหมาะสม ด้วยเกษตรปลอดภัย/GAP การเกษตรแบบแปลงใหญ่ 3.2 การใช้ปุ๋ยและสารอินทรีย์ ตามมาตรฐานGAP 3.3 การควบคุมมาตรฐานสินค้าเกษตรปลอดภัย/GAP ** (จำเป็นต้องให้ เกษตรกรรับรองเอง) มีหน่วยงาน หรือ วิธีการมาปิด Gap 3.4 การเพิ่มผลิตภาพ โดยใช้บุคลากรและแปลงนาสาธิต (สร้างต้นแบบ)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
4.การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร 4.4 การทำตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ (Quality Mark) เชียงราย แบรนด์ต้องเข้มแข็งขึ้น 4.6 ศูนย์กลางความร่วมมือภาครัฐและเอกชน เพื่อให้เกิดการพัฒนา Supply Chain ทั้งระบบ
6.พัฒนาระบบการตลาด	6.1 การพัฒนาระบบค้าส่ง เชื่อมโยงโดยตรงกับผู้ซื้อ - ในประเทศ ส่งเสริมเกษตรกร - ต่างประเทศ สร้าง Trader เก่งๆ แล้วรับสินค้าจากเกษตรกร 6.2 ส่งเสริมการทำตลาดเฉพาะ (Niche Market) /ตลาดเฉพาะฤดู (Seasonal Market)/การซื้อขายแบบเกษตรพันธสัญญา (Contract Farming) 6.6 การสื่อสารสู่เกษตรกรต้นทาง 6.7 กฎหมายและข้อระเบียบ 6.8 แก้ไขระบบการสวมสิทธิ์ (ไม่ให้ของนอกเข้ามา)

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[1]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
2.2	1. อัพเกรด Agrimap 4.0 ในส่วนของพันธุ์ข้าว	Agrimap ในปัจจุบันสามารถพัฒนาให้ดีขึ้นได้ โดยการเพิ่มเติมข้อมูลเพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจมากขึ้น	กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
3.4	2. เกษตรกรต้นแบบ ทำสำเร็จ รายได้เพิ่ม พ้นความยากจน	สร้างเกษตรกรต้นแบบเพื่อให้เกษตรกรคนอื่นได้ศึกษาและเรียนรู้	สนง.เกษตรจังหวัดเชียงราย
4.2 และ 4.4	3. ศูนย์การเรียนรู้เรื่องบรรจุภัณฑ์	ประสานงานการให้ความรู้เรื่องบรรจุภัณฑ์ เป็นแหล่งข้อมูลเพื่อการเรียนรู้	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดเชียงราย, บูรณาการ

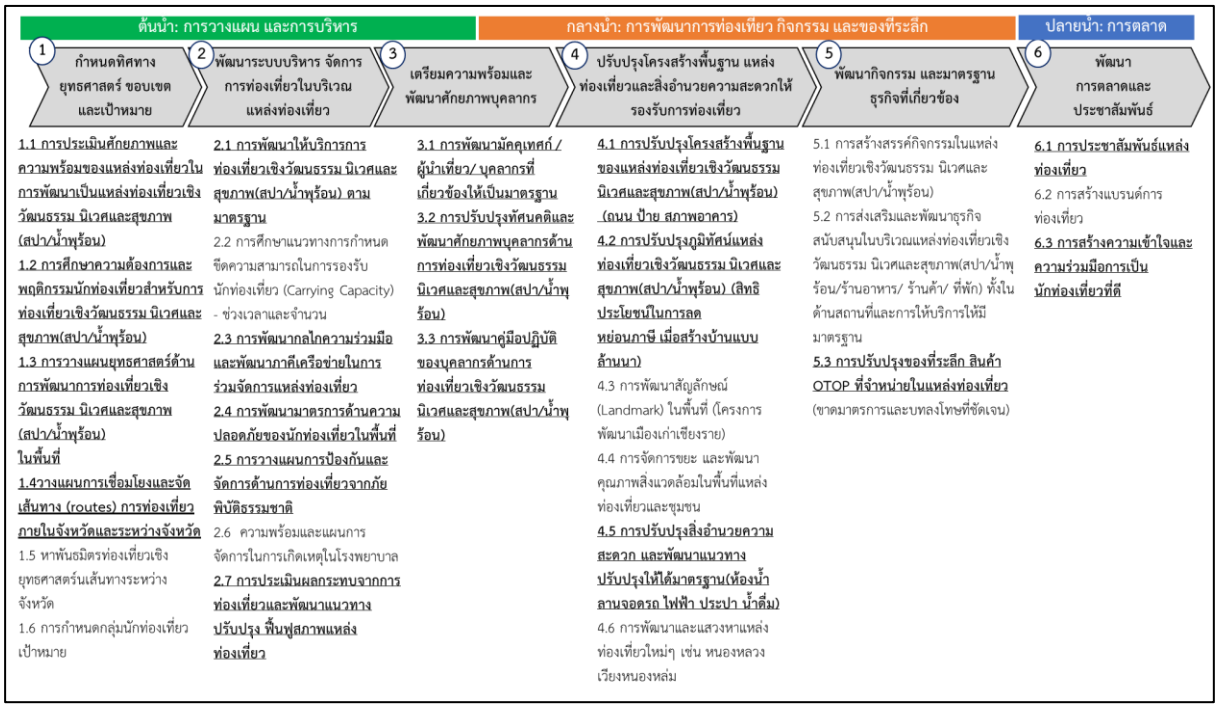
[1] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[1]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.6และ1.7และ 2.1และ 2.3และ 3.1และ 3.2และ 3.3และ 3.4และ 6.1และ 6.2	4. ส่งเสริมและพัฒนาข้าวเชียงรายสู่สากล (ข้าว GAP)	การผลิตข้าวให้ได้มาตรฐาน GAP จะทำให้เกษตรกรมีความปลอดภัย ผู้บริโภคมีความปลอดภัย ราคาผลผลิตสูงกว่า รายได้ดีกว่า	สนง.เกษตรจังหวัดเชียงราย/ สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัดเชียงราย
6.2และ 6.7และ 6.8	5. เชื่อมโยงตลาดข้าวเพื่อการส่งออก	เพิ่มศักยภาพการผลิตข้าวอย่างครบวงจร เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และยกระดับมาตรฐาน ส่งเสริมความร่วมมือกันเป็นเครือข่าย	สนง.พาณิชย์จังหวัดเชียงราย
1.3และ 4.6และ 6.1และ 6.2และ 6.6	6. Command Center for Agri 4.0	การพัฒนา SC ให้มีประสิทธิภาพตอบสนองความต้องการได้เร็ว ด้วยการแลกเปลี่ยนข้อมูลและจับคู่ภายใน SC	สนง.อุตสากรรมจังหวัดเชียงราย/ สนง.เกษตรจังหวัดเชียงราย/ สนง.พาณิชย์จังหวัดเชียงราย

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นิเวศและสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน)</u>

ภายใต้ประเด็น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นิเวศและสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน) ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย 2) พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว 3) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร 4) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 5) พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และ 6) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นิเวศและสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน)ของจังหวัดเชียงราย



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย	1.5 หาพันธมิตรท่องเที่ยวเชิงยุทธศาสตร์เส้นทางระหว่างจังหวัด 1.6 การกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย
2. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	2.2 การศึกษาแนวทางการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) – ช่วงเวลาและจำนวน 2.6 ความพร้อมและแผนการจัดการในการเกิดเหตุในโรงพยาบาล
4. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	4.3 การพัฒนาสัญลักษณ์ (Landmark) ในพื้นที่ (โครงการพัฒนาเมืองเก่าเชียงราย) 4.4 การจัดการขยะ และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและชุมชน 4.6 การพัฒนาและแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เช่น หนองหลวง เวียงหนองหล่ม
5. พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	5.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นิเวศและสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
	5.2 การส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นิเวศและสุขภาพ (สปา/น้ำพุร้อน/ร้านอาหาร/ร้านค้า/ ที่พัก) ทั้งในด้านสถานที่และการให้บริการให้มีมาตรฐาน
6. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	6.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหาและอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[2]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.5 และ 1.6และ 2.2 และ 2.6และ 4.6 และ 4.3และ 6.2	1. แผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย	จัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เพื่อตอบโจทย์ต่อไปนี้ - กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายและจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดที่จะใช้เป็นจุดประชาสัมพันธ์และดึงดูดนักท่องเที่ยวเหล่านั้น ตลอดจนทิศทางการร่วมมือกับจังหวัดใกล้เคียงด้านการท่องเที่ยว - การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเดิมและการแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ รวมทั้งการศึกษา carrying capacity ของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ - การกำหนดมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวด้านต่างๆ - การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวและ sub brand - การกำหนดเป้าหมาย วิธีดำเนินการ ตัวชี้วัด	สำนักงานจังหวัดเชียงราย
5.1และ 5.2	2. โครงการสร้างมาตรฐานน้ำพุร้อน เพื่อนำไปใช้ในการบริการในธุรกิจสปาและโรงแรม	เพื่อพัฒนามาตรฐานน้ำพุร้อนให้สามารถนำไปใช้ในการบริการในธุรกิจสปาและโรงแรมในจังหวัดเชียงราย	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเชียงราย

[2] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[2]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
4.6และ 5.1และ 6.2	3. มหัศจรรย์เชียงของ : วิถีลีลา ปลาบึก	เชียงของเป็นเมืองเก่าที่มีวัฒนธรรมประเพณีที่โดดเด่นเป็นที่รู้จัก แต่ปัจจุบันไม่มีแล้ว จึงควรส่งเสริมให้เกิดการกลับมาของปลาบึก นางนวล และดอกซอมพอ	ที่ทำการปกครองอำเภอเชียงของ
4.3 และ 4.4 และ 5.1	4. เชียงรายเมืองศิลปะ	- เพื่อให้เกิดความยั่งยืน - ยุทธศาสตร์แนวคิด ควบคู่ไปกับการพัฒนาจังหวัด	สำนักงานจังหวัดเชียงราย
4.3และ 4.4และ 4.6	5. ปรับปรุงพัฒนาพื้นที่เฉพาะโดยรอบบริเวณหนองหลวง	แหล่งน้ำหนองหลวงขนาดใหญ่ มีปัญหาการรุกล้ำพื้นที่ มีปัญหาการพัฒนาแหล่งน้ำ เป็นแหล่งประมงของจังหวัด จึงควรมีการพัฒนาภูมิทัศน์การท่องเที่ยว เชิงคุณภาพ ทางจักรยาน ที่พักผ่อนของจังหวัด แหล่งดูนก	สำนักงานจังหวัดเชียงราย

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดเชียงราย

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด โดยในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน มีสรุปรายละเอียดดังนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวปลอดภัย/GAP

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- ข้าว นับเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดเชียงราย โดยเป็นข้าวหอม และข้าวญี่ปุ่น
- มีโอกาสต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นข้าวปลอดภัย GAP และผ่านการแปรรูปได้มากเพื่อสร้างจุดเด่น และลดต้นทุนการผลิตเพื่อสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพ

ข้าว นับเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดเชียงราย ในปี 2558 มีพื้นที่เพาะปลูกข้าวนาปี จำนวน 1,183,613 ไร่ เนื้อที่เก็บเกี่ยว 1,174,129 ผลผลิต 663,308 ตัน พื้นที่เพาะปลูกข้าวนาปรัง จำนวน453,311 ไร่ เนื้อที่เก็บเกี่ยว 450,298 ไร่ ผลผลิต 310,678 ตัน แหล่งผลิตที่สำคัญอยู่ในเขตอำเภอเมือง พาน เทิง เชียงของ และแม่จัน

ศูนย์วิจัยข้าวจังหวัดเชียงราย กรมการข้าว ได้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวญี่ปุ่นชั้นพันธุ์คัด และชั้นพันธุ์หลัก ซึ่งมีเป้าหมายการผลิตชั้นพันธุ์คัดปีละ 2 ตัน และชั้นพันธุ์หลักปีละ 4 ตัน แหล่งผลิตพันธุ์ข้าวญี่ปุ่นที่สำคัญ ได้แก่ จังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ แพร่ และพะเยา โดยส่วนใหญ่จะเป็นการรวมกลุ่มเกษตรกรโดยภาคเอกชน (โรงสี) และได้จัดตั้งชมรม ชื่อ “ชมรมผู้ผลิตข้าวญี่ปุ่นแห่งประเทศไทย” เน้นการซื้อขายทั้งเมล็ดพันธุ์และข้าวญี่ปุ่นแบบเกษตรพันธสัญญา (Contract Farming) มีพื้นที่เพาะปลูกทั้งสิ้นประมาณ 80,000 ไร่ เกษตรกรร่วมโครงการ 6,000 กว่าครัวเรือน

ตารางที่ 3.8-7: สถิติการปลูกข้าว จังหวัดเชียงราย ปีเพาะปลูก 2550/51 - 2557/58

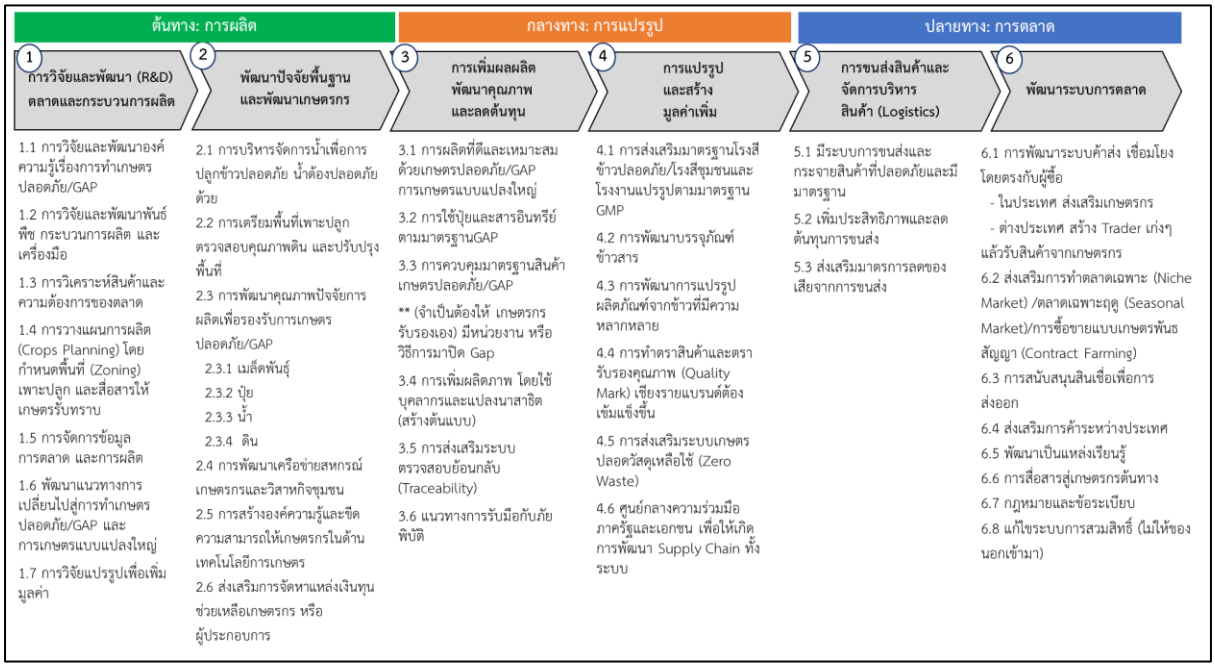
รายการ	2550/51	2551/52	2552/53	2553/54	2554/55	2555/56	2556/57	2557/58
	(2007/08)	(2008/09)	(2009/10)	(2010/11)	(2011/12)	(2012/13)	(2013/14)	(2014/15)
เนื้อที่เพาะปลูก(ไร่)	1,481,746	1,407,354	1,657,251	1,772,251	1,864,621	1,884,338	1,853,457	1,224,768
เนื้อที่เก็บเกี่ยว(ไร่)	1,446,493	1,352,325	1,601,101	1,740,427	1,747,801	1,870,769	1,819,179	1,205,641
ผลผลิต (ตัน)	826,418	786,915	941,586	1,033,372	1,092,034	1,207,018	1,163,445	715,448
ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ (กก.)	571	582	588	594	625	645	640	593
ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์								

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง โดยมีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.8-2: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) : ข้าวปลอดภัย/GAP ของจังหวัดเชียงราย



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.8-8: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[3]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.4	สนับสนุนการใช้ agrimap, มีการสื่อสาร	สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงราย/ สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเชียงราย	สนับสนุนการให้ความรู้และฝึกปฏิบัติใช้ agrimap
2.1และ2.2	โครงการปรับปรุงระบบชลประทาน	โครงการชลประทานจังหวัดเชียงราย	บริหารจัดการทรัพยากรน้ำ เพิ่มผลผลิตและประสิทธิภาพของการเกษตร ลดผลกระทบจากปัญหาภัยแล้งและปัญหาน้ำท่วม
2.4 และ2.5 และ 3.4	โครงการปราชญ์ชุมชน	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเชียงราย	ส่งเสริมให้เกษตรกรในท้องที่เรียนรู้ร่วมกับผู้นำชุมชน เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นน
3.5	เกษตรGAP	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเชียงราย	มีการส่งเสริมตามแนว GAP

[3] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
4.1	ส่งเสริมโรงสีข้าว/โรงสีชุมชนและโรงงานแปรรูปตามมาตรฐานGMP	สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงราย	มีการส่งเสริม สื่อสาร ประชาสัมพันธ์อยู่แล้ว
4.5	การส่งเสริมระบบเกษตรปลอดวัสดุเหลือใช้	สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงราย/ สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเชียงราย	ปัจจุบันการเผาตอซังลดลงไปมาก, มีการส่งเสริมต่อเนื่อง
5.1และ5.2 และ 5.3	การสร้าง/ปรับปรุงถนน	กรมโยธาธิการ	มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องอยู่แล้ว
6.4	ส่งเสริมการค้า road show	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงราย	มีการพาเกษตรกรไป road show

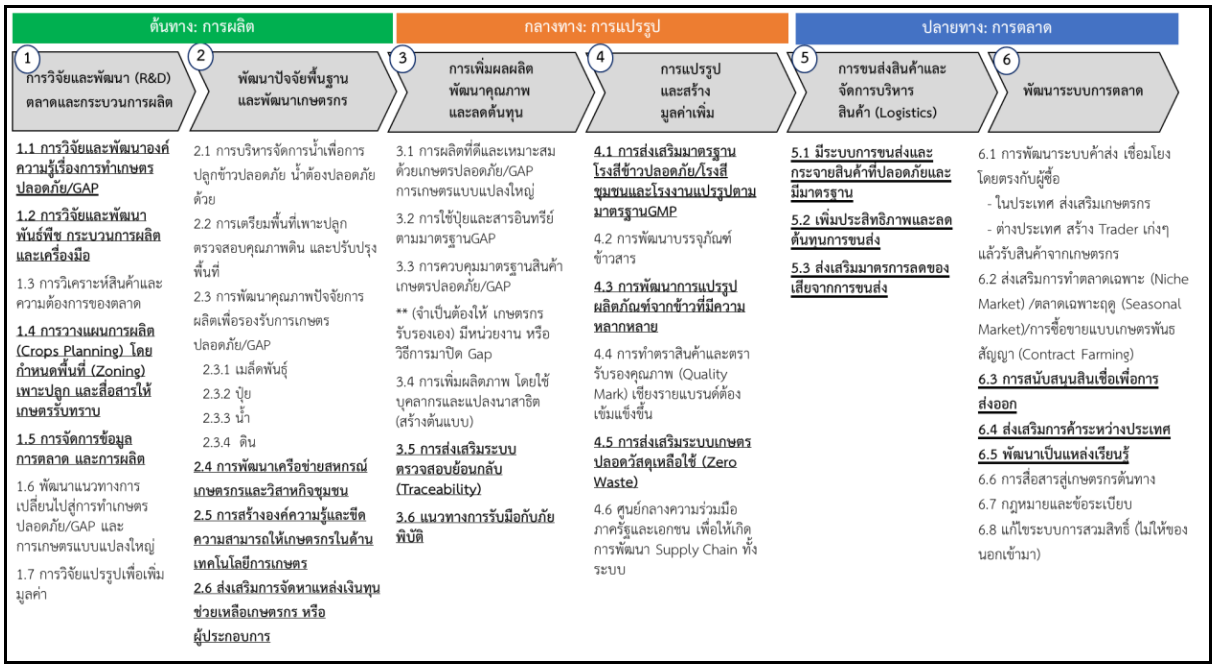
จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.8-9: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.3 การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาด 1.6 พัฒนาแนวทางการเปลี่ยนไปสู่การทำเกษตรปลอดภัย/GAP และการเกษตรแบบแปลงใหญ่ 1.7 การวิจัยแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า
2.พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.1 การบริหารจัดการน้ำเพื่อการปลูกข้าวปลอดภัย น้ำต้องปลอดภัยด้วย 2.2 การเตรียมพื้นที่เพาะปลูก ตรวจสอบคุณภาพดิน และปรับปรุงพื้นที่ 2.3 การพัฒนาคุณภาพปัจจัยการผลิตเพื่อรองรับการเกษตรปลอดภัย/GAP 2.3.1 เมล็ดพันธุ์ 2.3.2 ปุ๋ย 2.3.3 น้ำ 2.3.4 ดิน

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
3.การเพิ่มผลผลิตพัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน	3.1 การผลิตที่ดีและเหมาะสม ด้วยเกษตรปลอดภัย/GAP การเกษตรแบบแปลงใหญ่ 3.2 การใช้ปุ๋ยและสารอินทรีย์ ตามมาตรฐานGAP 3.3 การควบคุมมาตรฐานสินค้าเกษตรปลอดภัย/GAP ** (จำเป็นต้องให้ เกษตรกรรับรองเอง) มีหน่วยงาน หรือ วิธีการมาปิด Gap 3.4 การเพิ่มผลิตภาพ โดยใช้บุคลากรและแปลงนาสาธิต (สร้างต้นแบบ)
4.การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร 4.4 การทำตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ (Quality Mark) เชียงรายแบรนด์ต้องเข้มแข็งขึ้น 4.6 ศูนย์กลางความร่วมมือภาครัฐและเอกชน เพื่อให้เกิดการพัฒนา Supply Chain ทั้งระบบ
6.พัฒนาระบบการตลาด	6.1 การพัฒนาระบบค้าส่ง เชื่อมโยงโดยตรงกับผู้ซื้อ - ในประเทศ ส่งเสริมเกษตรกร - ต่างประเทศ สร้าง Trader เก่งๆ แล้วรับสินค้าจากเกษตรกร 6.2 ส่งเสริมการทำตลาดเฉพาะ (Niche Market) /ตลาดเฉพาะฤดู (Seasonal Market)/การซื้อขายแบบเกษตรพันธสัญญา (Contract Farming) 6.6 การสื่อสารสู่เกษตรกรต้นทาง 6.7 กฎหมายและข้อระเบียบ 6.8 แก้ไขระบบการสวมสิทธิ์ (ไม่ให้ของนอกเข้ามา)

แผนภาพที่ 3.8-3: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวปลอดภัย /GAP ของจังหวัดเชียงราย



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดเชียงราย

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.8-10: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[4]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
2.2	1. อัพเกรด Agrimap 4.0 ในส่วนของพันธุ์ข้าว	Agrimap ในปัจจุบันสามารถพัฒนาให้ดีขึ้นได้ โดยการเพิ่มเติมข้อมูลเพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจมากขึ้น	กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
3.4	2. เกษตรกรต้นแบบทำสำเร็จ รายได้เพิ่มพ้นความยากจน	สร้างเกษตรกรต้นแบบเพื่อให้เกษตรกรคนอื่นได้ศึกษาและเรียนรู้	สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงราย
4.2และ 4.4	3. ศูนย์การเรียนรู้เรื่องบรรจุภัณฑ์	ประสานงานการให้ความรู้เรื่องบรรจุภัณฑ์ เป็นแหล่งข้อมูลเพื่อการเรียนรู้	สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงราย/ บูรณาการ
1.6และ 1.7 และ 2.1และ 2.3และ 3.1 และ 3.2และ 3.3และ 3.4 และ 6.1 6.2	4. ส่งเสริมและพัฒนาข้าวเชียงรายสู่สากล (ข้าว GAP)	การผลิตข้าวให้ได้มาตรฐาน GAP จะทำให้เกษตรกรมีความปลอดภัย ผู้บริโภคมีความปลอดภัย ราคาผลผลิตสูงกว่า รายได้ดีกว่า	สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงราย/ สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเชียงราย
6.2และ 6.7 และ 6.8	5. เชื่อมโยงตลาดข้าวเพื่อการส่งออก	เพิ่มศักยภาพการผลิตข้าวอย่างครบวงจร เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และยกระดับมาตรฐาน ส่งเสริมความร่วมมือกันเป็นเครือข่าย	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงราย
1.3และ 4.6 และ 6.1และ 6.2และ 6.6	6. Command Center for Agri 4.0	การพัฒนา SC ให้มีประสิทธิภาพตอบสนองความต้องการได้เร็ว ด้วยการแลกเปลี่ยนข้อมูลและจับคู่ภายใน SC	สำนักงานอุตสากรรมจังหวัดเชียงราย/สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงราย/ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงราย

[4] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: 1.โครงการ อัพเกรด Agrimap 4.0 ในส่วนของพันธุ์ข้าว
ที่มา / หลักการและเหตุผล - เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ Thailand 4.0 เครื่องมือที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะการจัดการ Big Data ก็ต้องพัฒนาเพื่อให้ดียิ่งขึ้นเช่นกัน Agrimap ที่เป็นฐานข้อมูลเกี่ยวกับความเหมาะสมของการเพาะปลูกก็ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาด้วยข้อมูลที่ควรเพิ่มเติมได้แก่ หัวข้อชั้นดินที่เหมาะกับการเพาะปลูกเช่นข้าว ควรลงลึกในรายละเอียดให้มากขึ้นถึงระดับพันธุ์ข้าว และควรมีค่าเฉลี่ยผลผลิตต่อไร่ย้อนหลัง 5 ปี
สรุปแนวคิดโครงการ - การมีข้อมูลเพื่อการตัดสินใจจะสามารถเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนให้กับเกษตรกรได้ การมีข้อมูลที่ลึกในรายละเอียดจะช่วยให้เกษตรกรสามารถใช้ข้อมูลนั้นในการตัดสินใจ ส่งผลให้เกษตรกรเลือกพันธุ์พืชได้ดีกว่าเดิม
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. การศึกษาความต้องการที่เพิ่มขึ้นว่าต้องการข้อมูลอะไรเพิ่มขึ้นบ้าง 2. การเก็บข้อมูล 3. การจัดหาผู้เชี่ยวชาญเพื่อดำเนินงาน 4. การอัพเดทฐานข้อมูล 5. การสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้เกษตรกรนำข้อมูลไปใช้
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัดเชียงราย/สนง.เกษตรจังหวัดเชียงราย/กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
ผลลัพธ์: ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ของเกษตรกรเพิ่มขึ้น (เนื่องจากเกษตรกรสามารถเลือกพันธุ์ได้ดีขึ้น)
ผลผลิต: Agrimap เวอร์ชั่นปรับปรุง
ตัวชี้วัดของโครงการ: - จำนวนเกษตรกรที่นำ Agrimap ประกอบการวางแผน - ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ของเกษตรกรที่เพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
การศึกษาความต้องการที่เพิ่มขึ้นว่าต้องการข้อมูลอะไรเพิ่มขึ้น	ตุลาคม 2561 – กันยายน 2562			สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงราย	
การเก็บข้อมูล				สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงราย	
การจัดหาผู้เชี่ยวชาญเพื่อดำเนินงาน				สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงราย	
การอัพเดทฐานข้อมูล				สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงราย	
การสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้เกษตรกรนำข้อมูลไปใช้				สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงราย	

ชื่อโครงการ: 2.โครงการเกษตรกรต้นแบบ ทำสำเร็จ รายได้เพิ่ม พ้นความยากจน
ที่มา / หลักการและเหตุผล: การเผยแพร่ความรู้เพื่อให้เกษตรกรเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงาน มักจะประสบปัญหาและอุปสรรค คือเกษตรกรไม่เชื่อถือ นักวิชาการจะทำให้เกษตรกรเชื่อถือวิธีการใหม่ๆ ยอมรับการเปลี่ยนแปลงมีหลายปัจจัย ปัจจัยหนึ่งซึ่งได้ผลมากที่สุดคือการลงมือทำให้เห็น เพื่อให้เกิดการยอมรับและนำไปปรับปรุงในที่สุด
สรุปแนวคิดโครงการ การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการเกษตรด้วยการฝึกปฏิบัติและมีต้นแบบที่ประสบความสำเร็จ
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการเกษตรด้วยต้นแบบที่ประสบความสำเร็จ
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงราย
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงราย
ผลลัพธ์: เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการมีความเชื่อถือวิธีการใหม่ๆ และยอมรับการเปลี่ยนแปลง
ผลผลิต: เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการได้รับการถ่ายทอดความรู้ด้วยต้นแบบที่ประสบความสำเร็จ
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1) จำนวนเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการได้รับการถ่ายทอดความรู้ด้วยต้นแบบที่ประสบความสำเร็จ 2) ร้อยละของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการมีความเชื่อถือวิธีการใหม่ๆ และยอมรับการเปลี่ยนแปลง

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
จัดเวทีเสวนา ให้ความรู้ คัดเลือกเกษตรกรที่พร้อมเข้าร่วมโครงการ	ตุลาคม 2561 – กันยายน 2562			สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงราย	
ดำเนินโครงการ (รายละเอียด 1,2,...)				สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงราย	
จัดเวทีเสวนาประชาสัมพันธ์ถึงผลสำเร็จ				สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงราย	

ชื่อโครงการ: 3. โครงการศูนย์การเรียนรู้เรื่องบรรจุภัณฑ์
<u>ที่มา / หลักการและเหตุผล:</u> บรรจุภัณฑ์เป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ การมีบรรจุภัณฑ์ที่ดีจะทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถรับทราบได้ว่าสินค้านั้นตรงกับที่ต้องการ ในปัจจุบันมีหลายหน่วยงานที่ให้ความรู้เกษตรกรและผู้ประกอบการในด้านบรรจุภัณฑ์ จึงควรมีการบูรณาการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ
สรุปแนวคิดโครงการ ประสานงานการให้ความรู้เรื่องบรรจุภัณฑ์ เป็นแหล่งข้อมูลเพื่อการเรียนรู้
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1) ให้บริการข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ดีด้วยช่องทางและสื่อที่ทันสมัย 2) ถ่ายทอดให้ความรู้เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ดีและการรับรองมาตรฐานการผลิต (GMP, HACCP, HALAL) แก่กลุ่มเป้าหมายและผู้ที่สนใจ
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สนง.สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดเชียงรายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมวิทยาศาสตร์บริการ/สถาบันการศึกษา/TCDC
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดเชียงราย
ผลลัพธ์: สถานประกอบการที่ได้รับการพัฒนาสามารถขอการรับรองมาตรฐานการผลิต (GMP, HACCP, HALAL) เพิ่มมากขึ้น
ผลผลิต: สถานประกอบการที่ได้การพัฒนา และถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการขอการรับรองมาตรฐานการผลิต (GMP, HACCP, HALAL)
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1) จำนวนสถานประกอบการที่ได้การพัฒนา และถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการขอการรับรองมาตรฐานการผลิต (GMP, HACCP, HALAL) 2) ร้อยละของสถานประกอบการที่ได้รับการพัฒนาสามารถขอการรับรองมาตรฐานการผลิต (GMP, HACCP, HALAL) เพิ่มมากขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1) จัดทำฐานข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ ที่ดี	ตุลาคม 2561 – กันยายน 2562			สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงราย	
2) ออกแบบช่องทางและจัดระบบการให้บริการข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ดีด้วยช่องทางและสื่อที่ทันสมัย				สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงราย	
3) ถ่ายทอดให้ความรู้เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ดีและการรับรองมาตรฐานการผลิต (GMP, HACCP, HALAL) แก่กลุ่มเป้าหมายและผู้ที่สนใจ				สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงรายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมวิทยาศาสตร์บริการ/สถาบันการศึกษา/TCDC	

ชื่อโครงการ: 4. โครงการส่งเสริมและพัฒนาข้าวเชียงรายสู่สากล (ข้าว GAP)

<u>ที่มา / หลักการและเหตุผล:</u>

รัฐบาลมุ่งส่งเสริมความเข็มแข็งให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศภายใต้ความมั่นคงยั่งยืน โดยมุ่งเน้นให้มีการพัฒนาสินค้าด้านการเกษตร โดยกระตุ้นให้เกิดการบริโภคทั้งในและนอกประเทศ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตรที่มีความสำคัญในประเทศ ซึ่งได้แก่ ข้าว เพื่อให้มีการผลิตที่ปลอดภัยต่อผู้ปลูกและผู้ซื้อ ก่อให้เกิดความเชื่อมโยงเครือข่าย โดยจังหวัดเชียงรายมีแนวทางการพัฒนาเป็นจังหวัดเมืองเกษตรสีเขียว อาหารปลอดภัย เน้นส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรคุณภาพมาตรฐานสากล เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

สรุปแนวคิดโครงการ

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีความอุดมสมบูรณ์ สภาพอากาศปัจจัยเหมาะสมกับการทำการเกษตร โดยเฉพาะข้าวที่มีการเพาะปลูกมากในจังหวัดเชียงราย และได้มีการพัฒนาข้าวเป็นค้าข้าวอย่างต่อเนื่อง แต่ประสบปัญหาด้านการตลาด เกษตรกรยังขาดความรู้ และการผลิตสินค้าที่ไม่ปลอดภัยทั้งการพึ่งพาปุ๋ยและยาฆ่าแมลง ส่งผลต่อปัญหาด้านสุขภาพของทั้งตัวเกษตรกรเองและผู้บริโภค จึงจำเป็นต้องพัฒนาการผลิตข้าวให้ได้มาตรฐาน GAP เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีแนวคิดที่จะรักษาสุขภาพมากขึ้น

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. ศึกษาและประชุมในโครงการที่เกี่ยวข้อง
2. มีอบรมและถ่ายทอดความรู้ด้านการลดต้นทุนข้าว GAP พร้อมทั้งประเมิน GAP
3. ส่งเสริมการร่วมกลุ่มรัฐวิสาหกิจและแปลงใหญ่
4. ประชาสัมพันธ์โดยรวม
5. ติดตามและประเมินโครงการ

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กรมส่งเสริมการเกษตร

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.เกษตรจังหวัดเชียงราย ,สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัดเชียงราย

ผลลัพธ์:

1) ผู้ผลิตและผู้บริโภคได้ข้าว GAP ทั้งปลอดภัยและได้มาตรฐาน
2) สินค้าข้าวของจังหวัดมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น
3) สินค้าปลอดภัยและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

ผลผลิต:

1) เกษตรกรได้รับการอบรมให้มีความรู้ ด้านการผลิตข้าว GAP
2) มีแปลงข้าวGAP
3) มีตลาดที่ได้มาตรฐานความปลอดภัยร้อยละ 80

ตัวชี้วัดของโครงการ:

1) จำนวนเกษตรได้รับการอบรมให้มีความรู้ด้านข้าว GAP และการรวมกลุ่มจำนวน 2,000 ราย
2) ร้อยละของแปลงข้าว GAP ที่เพิ่มขึ้น (ร้อยละ ....)
3) มูลค่าของสินค้าข้าวของจังหวัดที่เพิ่มมากขึ้น
4) สินค้าปลอดภัยและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. จัดประชุมชี้แจงโครงการและบูรณาการหน่วยงาน	ตุลาคม 2561 – กันยายน 2562	30,000			
2. อบรมและให้ความรู้แก่เกษตรกรด้านข้าว GAP และการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน		15,000,000		กสอ.	
3. อบรมด้านการเพิ่มศักยภาพการจัดการศัตรูพืชชุมชนเกษตรปลอดภัย และการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและแปลงใหญ่		2,000,000		กรมการข้าว	
4. พัฒนาศูนย์ ศมก. เชิงถ่ายทอดความรู้สู่เกษตรกร		3,000,000		กสอ.	
5. พัฒนาการแปรรูปข้าวเพิ่มมูลค่า		3,000,000		สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงราย/ สำนักงานอุตสาหกรรม จ.เชียงราย	
6. พัฒนาบุคลากรการเกษตรตรวจสอบคุณภาพข้าว		3,000,000		กรมการข้าว	
7. เชื่อมโยงตลาดประชาสัมพันธ์		2,000,000		สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเชียงราย	
8. พัฒนาแหล่งน้ำ ระบบน้ำการเกษตร		80,000,000		โครงการชลประทาน จ.เชียงราย	
		108,000,000			

ชื่อโครงการ: 5. โครงการเชื่อมโยงตลาดข้าวเพื่อการส่งออก

<u>ที่มา / หลักการและเหตุผล:</u>

ศักยภาพในพื้นที่

1. ศูนย์กลางการขนส่งและกระจายสินค้า
2. ศูนย์กลางเมืองท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
3. สินค้าเกษตรคุณภาพดีและปลอดภัย

สรุปแนวคิดโครงการ

- เพิ่มศักยภาพการผลิตข้าวอย่างครบวงจร
- เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และยกระดับมาตรฐาน (ความรู้ด้านการส่งออก)
- ส่งเสริมความร่วมมือกันเป็นเครือข่าย

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. ส่งเสริมงานวิจัยด้านอาหารและการแปรรูป
2. พัฒนาศึกษาผู้ประกอบการในด้านการผลิตข้าวครบวงจร
3. ส่งเสริมความร่วมมือเป็นเครือข่าย เพื่อรองรับการส่งออก
4. งานแสดงสินค้า Exhibition
5. Road Show ข้าว (กระบี่, ตรัง, หาดใหญ่, ระยอง, สุราษฎร์ธานี)
6. ส่งเสริมให้มีการใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก เน้นข้าวคุณภาพดี
7. ส่งเสริมภาพลักษณ์ รวมถึงการให้ความรู้ และเพิ่มการบริโภคข้าว

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงราย
- สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดเชียงราย
- สนง.เกษตรจังหวัดเชียงราย
- หอการค้าจังหวัดเชียงราย
- สภาอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงราย

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงราย

ผลลัพธ์:

1) การเพิ่มมูลค่าค้าข้าว
2) มูลค่าการค้าชายแดนเพิ่มขึ้น

ผลผลิต:

1) ปริมาณข้าวที่ขายได้จากงานแสดงสินค้า Exhibition
2) ปริมาณข้าวที่ขายได้รวมทั้งปริมาณการสั่งซื้อข้าวจาก Road Show ข้าว
3) นิติบุคคลเพิ่มมากขึ้น

ตัวชี้วัดของโครงการ:

1) ปริมาณข้าวที่ขายได้เพิ่มขึ้น
2) มูลค่าการค้าข้าวที่เพิ่มขึ้น
3) มูลค่าการค้าชายแดนที่เพิ่มขึ้น
4) จำนวนนิติบุคคลที่เพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ส่งเสริมงานวิจัยด้านอาหารและการแปรรูป	ตุลาคม 2561 – กันยายน 2562			สำนักงานอุตสาหกรรมเชียงราย/สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงราย	
2. พัฒนาศึกษาผู้ประกอบการในด้านการผลิตข้าวครบวงจร				สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงราย	
3. ส่งเสริมความร่วมมือเป็นเครือข่าย เพื่อรองรับการส่งออก				สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงราย	
4. งานแสดงสินค้า Exhibition				สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงราย	
5. Road Show ข้าว (กระบี่, ตรัง, หาดใหญ่, ระยอง, สุราษฎร์ธานี)				สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงราย	
6. ส่งเสริมการใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก เน้นข้าวคุณภาพดี				สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงราย	
7. ส่งเสริมภาพลักษณ์, การให้ความรู้ และเพิ่มการบริโภคข้าว				สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงราย	

ชื่อโครงการ: 6. โครงการ Command Center for Agri 4.0

<u>ที่มา / หลักการและเหตุผล:</u>

ฝ่ายผู้ขาย/เกษตรกรต้องการขายผลผลิตให้ได้ราคาและต้องการผู้ซื้อสม่ำเสมอ

ฝ่ายผู้ซื้อ (ภาคอุตสาหกรรม/ภาคการค้า) ต้องการวัตถุดิบ/ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและสามารถซัพพลายได้เพียงพอ ปัญหาคือเกษตรกรส่วนใหญ่ยังผลิตไม่ได้คุณภาพที่ผู้ซื้อต้องการ ทำให้ SC ทั้งหมดพัฒนาได้ยาก จึงจำเป็นต้องมีศูนย์กลางด้านข้อมูลที่จะบ่งชี้คุณภาพและปริมาณผลผลิตของผู้ผลิต และมีข้อมูลด้านคุณภาพและปริมาณความต้องการของผู้ซื้อ เมื่อเกิดการจับคู่กันจะทำให้ SC มีประสิทธิภาพ

สรุปแนวคิดโครงการ

การสร้างศูนย์กลางในการจับคู่ระหว่างเกษตรกรและภาคอุตสาหกรรมที่ต้องการสินค้าเกษตรไปแปรรูป เป็นผู้เชื่อมต่อสรรสร้าง รัฐ ตลาด ราษฎร์ พัฒนา SC ทั้งระบบไม่ให้เกิดสภาพคอขวดหรือขาดวัตถุดิบ รวมทั้งสามารถแจ้งข้อมูลความต้องการที่เปลี่ยนไปของตลาดให้กับเกษตรกรผู้ผลิตวัตถุดิบได้ทันเวลา

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. ติดตั้งโครงสร้างระบบคอมพิวเตอร์และ software
2. ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของศูนย์
3. ทำการจับคู่ Matching ตามผลิตภัณฑ์เป้าหมาย
4. พัฒนาผู้มีส่วนเกี่ยวข้องใน SC ให้เกิดความร่วมมือกัน เกิดเป็น SC best practice
5. ขยายผลทั้งในแง่ของปริมาณผู้ใช้และจำนวน SC ของผลิตภัณฑ์ต่างๆ

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1) จุดรับข้อมูลผลผลิตจากเกษตรกร
2) จุดรับข้อมูลความต้องการของผู้ซื้อ (ด้านคุณภาพและปริมาณ)
3) ความร่วมมือกันระหว่างเอกชนได้แก่เกษตรกรกับภาคอุตสาหกรรม (หรือภาคการค้า) โดยมีภาครัฐได้แก่ Command Center เป็นตัวประสาน

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงราย/สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงราย/สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงราย

ผลลัพธ์:

SC มีประสิทธิภาพตอบสนองความต้องการของตลาดได้

ผลผลิต:

เกิดความร่วมมือกันระหว่างภาคเอกชนในการพัฒนา SC

ตัวชี้วัดของโครงการ:

1) มีศูนย์ command center
2) เกิดการจับคู่กันระหว่างเกษตรกรและภาคต่อเนื่อง

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. การศึกษา				สำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัดเชียงราย	
2. ติดตั้งโครงสร้างระบบ คอมพิวเตอร์และ software				สำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัดเชียงราย	
3. ประชาสัมพันธ์การ ดำเนินงานของศูนย์				สำนักงานเกษตรจังหวัด เชียงราย/สำนักงาน พาณิชย์จังหวัดเชียงราย	
4. ทำการจับคู่ Matching ตามผลิตภัณฑ์เป้าหมาย				สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดเชียงราย	
5. พัฒนาผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ใน SC ให้เกิดความร่วมมือ กัน เกิดเป็น SC best practice				สำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัดเชียงราย	
6. ขยายผลทั้งในแง่ของ ปริมาณผู้ใช้และจำนวน SC ของผลิตภัณฑ์ต่างๆ				สำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัดเชียงราย	

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นิเวศและสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน)

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- เป็นเมืองท่องเที่ยวเชื่อมโยงสู่กลุ่มประเทศอาเซียนและ GMS โดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงเกษตร เชิงประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ และเชิงสุขภาพ
- มีโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับสินค้าและบริการ สินค้า OTOP รวมทั้งเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดในกลุ่มล้านนาและประเทศเพื่อนบ้าน

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 24,280 ล้านบาท และมีนักท่องเที่ยวเข้ามา 4,756,456 คน ในปี 2557 โดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมเป็นหลัก โดยมีจังหวัดที่เป็นเป้าหมายสำคัญของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคคือ เชียงใหม่ เชียงราย

ตารางที่ 3.8-11: จำนวนผู้เยี่ยมเยือนของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ปี 2552 – 2558

รายการ	จำนวนผู้เยี่ยมเยือน ภาคเหนือตอนบน 2 พ.ศ. 2552 – 2558 (หน่วย:คน)						
	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558p
	(2009)	(2010)	(2011)	(2012)	(2013)	(2014)	(2015)
ทั่วราชอาณาจักร							
ผู้เยี่ยมเยือน	**124,869,207**	**156,437,103**	**174,118,377**	**198,987,506**	**217,112,440**	**227,654,055**	**249,072,982**
ชาวไทย	97,998,957	122,522,114	133,177,728	150,509,362	161,724,688	170,248,107	185,110,333
ชาวต่างประเทศ	26,870,250	33,914,989	40,940,649	48,478,144	55,387,752	57,405,948	63,962,649
เชียงราย							
ผู้เยี่ยมเยือน	**1,680,248**	**2,288,218**	**2,311,370**	**2,751,780**	**2,909,804**	**2,869,008**	**3,078,976**
ชาวไทย	1,430,375	1,903,623	1,832,037	2,231,702	2,383,306	2,351,184	2,521,249
ชาวต่างประเทศ	249,873	384,595	479,333	520,078	526,498	517,824	557,727
พะเยา							
ผู้เยี่ยมเยือน	**249,829**	**332,924**	**366,676**	**489,399**	**521,706**	**536,268**	**564,628**
ชาวไทย	243,726	328,466	363,084	467,929	499,130	513,670	541,111
ชาวต่างประเทศ	6,103	4,458	3,592	21,470	22,576	22,598	23,517
แพร่							
ผู้เยี่ยมเยือน	**423,465**	**523,747**	**488,009**	**640,494**	**668,522**	**698,188**	**750,144**
ชาวไทย	376,405	496,968	471,785	587,583	619,612	649,078	688,402
ชาวต่างประเทศ	47,060	26,779	16,224	52,911	48,910	49,110	61,742
น่าน							
ผู้เยี่ยมเยือน	**224,931**	**275,390**	**293,976**	**520,835**	**626,690**	**652,992**	**732,446**
ชาวไทย	220,510	270,952	288,080	503,468	609,967	636,774	714,641
ชาวต่างประเทศ	4,421	4,438	5,896	17,367	16,723	16,218	17,805

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ตารางที่ 3.8-12: จำนวนรายได้จากการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ปี 2552 – 2558

รายการ	รายได้จากการท่องเที่ยว ภาคเหนือตอนบน 2 พ.ศ. 2552 – 2558 (หน่วย:ล้านบาท)						
	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558p
	(2009)	(2010)	(2011)	(2012)	(2013)	(2014)	(2015)
ทั่วราชอาณาจักร							
ผู้เยี่ยมเยือน	**716,105**	**904,376**	**1,109,348**	**1,349,793**	**1,531,092**	**1,605,701**	**1,861,873**
ชาวไทย	264,781	402,574	483,225	588,865	660,715	703,664	803,785
ชาวต่างประเทศ	451,324	501,802	626,124	760,928	870,378	902,038	1,058,088

รายการ	รายได้จากการท่องเที่ยว ภาคเหนือตอนบน 2 พ.ศ. 2552 – 2558 (หน่วย:ล้านบาท)						
	2552 (2009)	2553 (2010)	2554 (2011)	2555 (2012)	2556 (2013)	2557 (2014)	2558p (2015)
เชียงราย							
ผู้เยี่ยมเยือน	**9,405**	**15,025**	**14,485**	**18,818**	**20,729**	**20,424**	**22,848**
ชาวไทย	6,603	11,145	10,220	14,034	15,777	15,545	17,380
ชาวต่างประเทศ	2,801	3,879	4,265	4,784	4,951	4,878	5,469
พะเยา							
ผู้เยี่ยมเยือน	**326**	**447**	**547**	**937**	**994**	**1,019**	**1,115**
ชาวไทย	316	438	543	912	965	989	1,083
ชาวต่างประเทศ	10	9	4	25	29	30	32
แพร่							
ผู้เยี่ยมเยือน	**581**	**813**	**754**	**1,028**	**1,127**	**1,210**	**1,391**
ชาวไทย	516	753	724	932	1,027	1,105	1,238
ชาวต่างประเทศ	65	60	29	96	100	105	153
น่าน							
ผู้เยี่ยมเยือน	**547**	**633**	**642**	**1,377**	**1,580**	**1,627**	**1,956**
ชาวไทย	536	614	622	1,303	1,513	1,564	1,882
ชาวต่างประเทศ	11	19	20	74	67	64	74

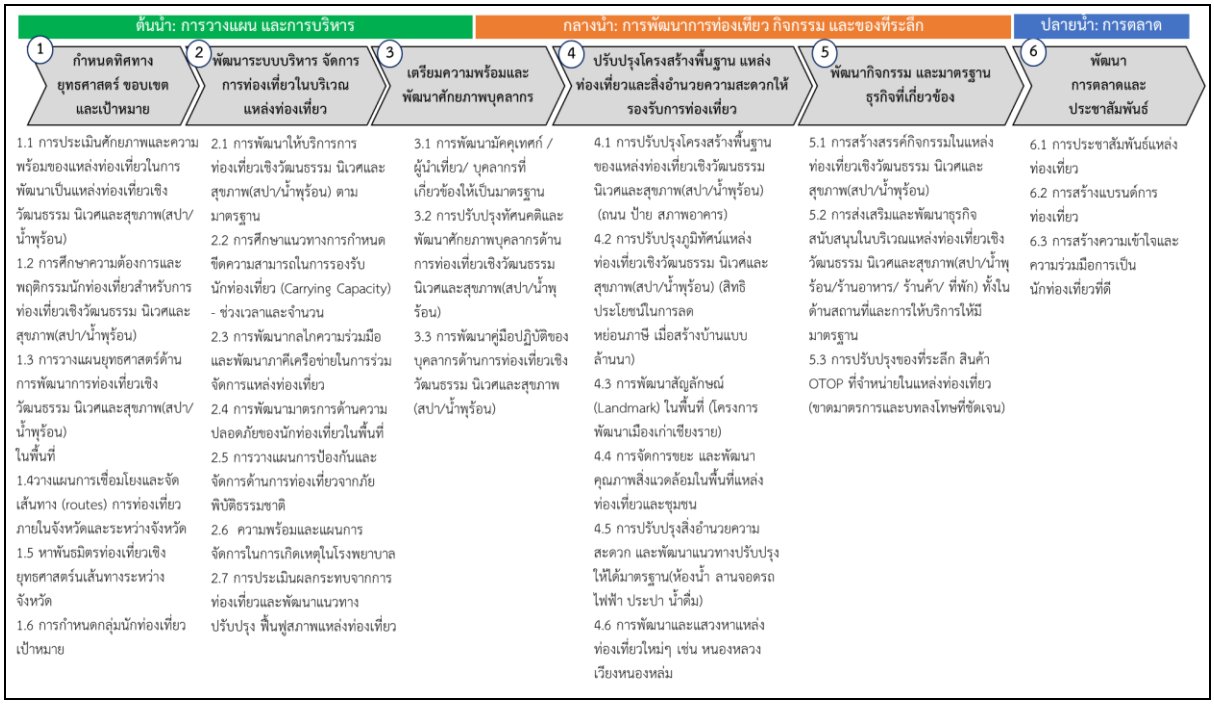
ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ(Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.8-4: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นิเวศและสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน) ของจังหวัดเชียงราย



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.8-13: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[5]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1 และ 1.2 และ 1.3และ 1.4		กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	มีการวางแผนจากส่วนกลางและท้องถิ่นอยู่แล้ว
2.3 และ 2.4 และ 3.1และ 3.2	โครงการ ปิดตา-เปิดใจ สัมผัส เชียงรายเมืองน่าเที่ยว จุดหมายปลายทางแห่งการพักผ่อน (ChiangRai Destination)	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย	1. พัฒนาให้จังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เกิดการเชื่อมโยงวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้าน GMS 2.ส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวช่วง Low Season พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และเพิ่มศักยภาพบุคลากรสู่สากล
4.1และ4.5	โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชียงรายเมืองแห่งหัวใจสีเขียว (Green Heart Green City)	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย	ส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวช่วง Low Season พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และเพิ่มศักยภาพบุคลากรสู่สากล
2.3และ 3.1 และ 3.2 และ 3.3และ 6.1 และ 6.2และ 6.3	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) จังหวัดเชียงราย	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย / ม.ราชภัฏเชียงราย	ส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวช่วง Low Season พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และเพิ่มศักยภาพบุคลากรสู่สากล

[5] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

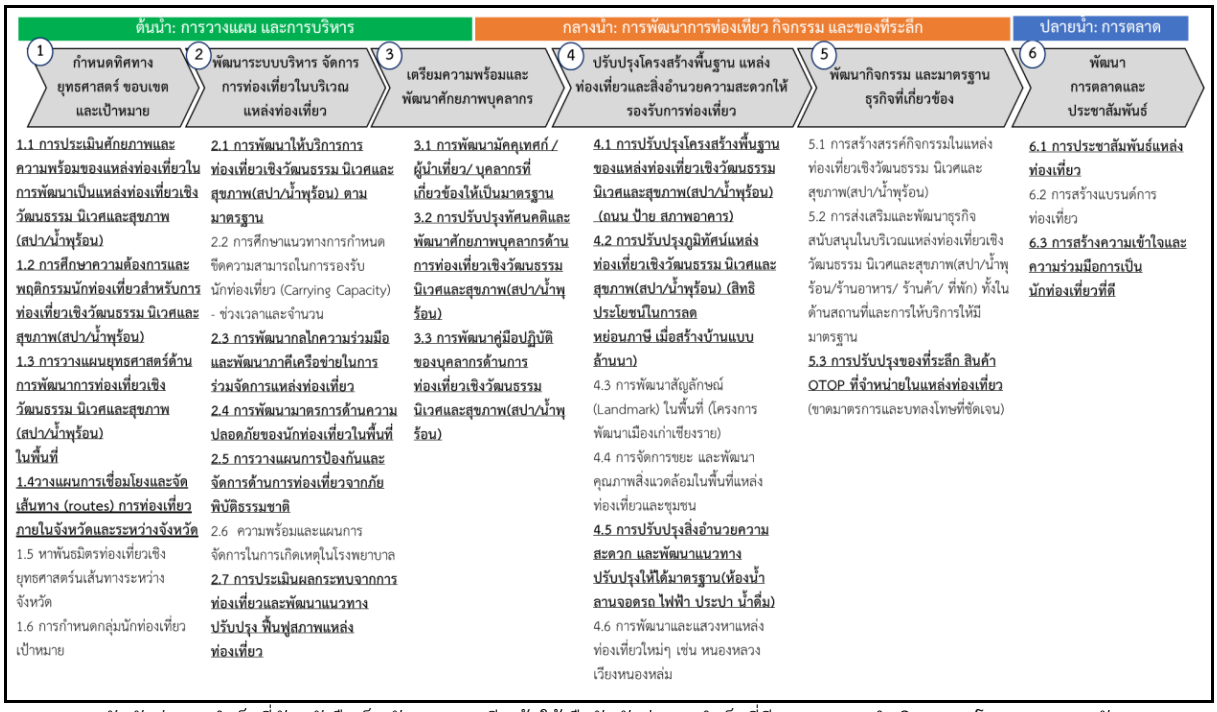
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
4.1และ 6.1	โครงการพัฒนาพื้นที่ศูนย์กลางการติดต่อประสานงานและให้บริการประชาชนและนักท่องเที่ยว	เทศบาลนครเชียงราย	พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานหลักเพื่ออำนวยความสะดวกทางระบบ โลจิสติกส์ รวมทั้งสนับสนุนการลงทุนเพื่อรองรับการเติบโตทางเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศอาเซียน+6 และ GMS
4.1และ 4.5	โครงการพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะ (Public Transport)	เทศบาลนครเชียงราย	พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานหลักเพื่ออำนวยความสะดวกทางระบบ โลจิสติกส์ รวมทั้งสนับสนุนการลงทุนเพื่อรองรับการเติบโตทางเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศอาเซียน+6 และ GMS
5.3	โครงการสร้างศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญา OTOP Wisdom Chiangrai	สำนักงานพัฒนาชุมชน / สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย	1. พัฒนาให้จังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เกิดการเชื่อมโยงวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้าน GMS 2.ส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวช่วง Low Season พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และเพิ่มศักยภาพบุคลากรสู่สากล
2.3 และ 4.2 และ 4.3 5.1และ 5.2 (ตามอำเภอ)	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวตามอำเภอต่างๆ ได้แก่ เมืองเชียงของ, เมืองพาน, เมืองเชียงแสน	ที่ทำการปกครองอำเภอ	ส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวช่วง Low Season พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และเพิ่มศักยภาพบุคลากรสู่สากล
6.1	โครงการจัดสร้างป้ายประชาสัมพันธ์แนะนำศูนย์กลางการติดต่อประสานงานและให้บริการประชาชนและนักท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงราย	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย/การกีฬาแห่งประเทศไทยสำนักงานเชียงราย	1.พัฒนาให้จังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เกิดการเชื่อมโยงวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้าน GMS 2.ส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวช่วง Low Season พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และเพิ่มศักยภาพบุคลากรสู่สากล

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.8-14: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย	1.5 หาพันธมิตรท่องเที่ยวเชิงยุทธศาสตร์นเส้นทางระหว่างจังหวัด 1.6 การกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย
2. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	2.2 การศึกษาแนวทางการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) – ช่วงเวลาและจำนวน 2.6 ความพร้อมและแผนการจัดการในการเกิดเหตุในโรงพยาบาล
4. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	4.3 การพัฒนาสัญลักษณ์ (Landmark) ในพื้นที่ (โครงการพัฒนาเมืองเก่าเชียงราย) 4.4 การจัดการขยะ และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและชุมชน 4.6 การพัฒนาและแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เช่น หนองหลวง เวียงหนองหล่ม
5. พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	5.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นิเวศและสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน) 5.2 การส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นิเวศและสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน/ร้านอาหาร/ ร้านค้า/ ที่พัก) ทั้งในด้านสถานที่และการให้บริการให้มีมาตรฐาน
6. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	6.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว

แผนภาพที่ 3.8-5: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นิเวศและสุขภาพ(สปา/น้ำพุร้อน) ของจังหวัดเชียงราย



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดเชียงราย

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.8-15: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[6]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.5 และ 1.6 และ 2.2และ 2.6และ 4.6และ 4.3และ, 6.2	1. แผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย	จัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เพื่อตอบโจทย์ต่อไปนี้ - กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายและจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดที่จะใช้เป็นจุดประชาสัมพันธ์และดึงดูดนักท่องเที่ยวเหล่านั้น ตลอดจนทิศทาง การร่วมมือกับจังหวัดใกล้เคียงด้านการท่องเที่ยว - การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเดิมและการแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ รวมทั้งการศึกษา carrying capacity ของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ - การกำหนดมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวด้านต่างๆ - การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวและ sub brand - การกำหนดเป้าหมาย วิธีดำเนินการ ตัวชี้วัด	สำนักงานจังหวัดเชียงราย
5.1และ 5.2	2. โครงการสร้างมาตรฐานน้ำพุร้อน เพื่อนำไปใช้ในการบริการในธุรกิจสปาและโรงแรม	เพื่อพัฒนามาตรฐานน้ำพุร้อนให้สามารถนำไปใช้ในการบริการในธุรกิจสปาและโรงแรมในจังหวัดเชียงราย	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเชียงราย
4.6และ 5.1และ 6.2	3. มหัศจรรย์เชียงของ : วิถีลีลา ปลาบึก	เชียงของเป็นเมืองเก่าที่มีวัฒนธรรมประเพณีที่โดดเด่นเป็นที่รู้จัก แต่ปัจจุบันไม่มีแล้ว จึงควรส่งเสริมให้เกิดการกลับมาของปลาบึก นางนวล และดอกซอมพอ	ที่ทำการปกครองอำเภอเชียงของ
4.3 และ 4.4 และ 5.1	4. เชียงรายเมืองศิลปะ	- เพื่อให้เกิดความยั่งยืน - ยุทธศาสตร์แนวคิด ควบคู่ไปกับการพัฒนาจังหวัด	สำนักงานจังหวัดเชียงราย

[6] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
4.3 และ 4.4 และ 4.6	5. ปรับปรุงพัฒนาพื้นที่เฉพาะโดยรอบบริเวณหนองหลวง	แหล่งน้ำหนองหลวงขนาดใหญ่ มีปัญหาการรุกล้ำพื้นที่ มีปัญหาการพัฒนาแหล่งน้ำ เป็นแหล่งประมงของจังหวัด จึงควรมีการพัฒนาภูมิทัศน์ การท่องเที่ยว เชิงคุณภาพ ทางจักรยาน ที่พักผ่อนของจังหวัด แหล่งดูนก	สำนักงานจังหวัดเชียงราย

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: 1. โครงการ แผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย
ที่มา / หลักการและเหตุผล: เชียงรายมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทางด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม ด้านศิลปะ และด้านสุขภาพ และพื้นที่จังหวัดที่ติดกันก็เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเช่นกัน ทำให้นักท่องเที่ยวมาเยือนเป็นจำนวนมากขึ้นทุกปี แน่นอนว่าการรับจำนวนนักท่องเที่ยวในปริมาณมากเกินไปอย่างไม่มีทิศทาง จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวและเมืองเสื่อมโทรม จึงควรศึกษาจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถบริหารจัดการได้อย่างมีทิศทางและมีประสิทธิภาพ
สรุปแนวคิดโครงการ จัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เพื่อตอบโจทย์ต่อไปนี้ - กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายและจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดที่จะใช้เป็นจุดประชาสัมพันธ์และดึงดูดนักท่องเที่ยวเหล่านั้น ตลอดจนทิศทางการร่วมมือกับจังหวัดใกล้เคียงด้านการท่องเที่ยว - การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเดิมและการแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ รวมทั้งการศึกษา carrying capacity ของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ - การกำหนดมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวด้านต่างๆ - การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวและ sub brand - การกำหนดเป้าหมาย วิธีดำเนินการ ตัวชี้วัด
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. ประชุมกำหนดแนวทางโครงการและสิ่งที่ต้องการจากการศึกษา 2. คัดเลือกที่ปรึกษา/จัดจ้าง 3. ติดตามผลการศึกษา 4. นำแผนที่ได้ไปปฏิบัติ 5. วัดผลการดำเนินงานของแผน ประเมินผลลัพธ์ที่ได
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง บูรณาการการทำงานกับหน่วยงานต่างๆ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานจังหวัดเชียงราย
ผลลัพธ์: เชียงรายเติบโตด้านการท่องเที่ยวอย่างมีทิศทาง
ผลผลิต: แผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1) แผนยุทธศาสตร์ 2) ผลการศึกษาที่กำหนดไว้ใน TOR

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
ประชุมกำหนดแนวทางโครงการและสิ่งที่ต้องการจากการศึกษา				สำนักงานจังหวัดเชียงราย	
1) คัดเลือกที่ปรึกษา/จัดจ้าง				สำนักงานจังหวัดเชียงราย	
2) ติดตามผลการศึกษา				สำนักงานจังหวัดเชียงราย	
3) นำแผนที่ได้ไปปฏิบัติ				สำนักงานจังหวัดเชียงราย	
4) วัดผลการดำเนินงานของแผนประเมินผลลัพธ์ที่ได้				สำนักงานจังหวัดเชียงราย	

ชื่อโครงการ: 2. โครงการสร้างมาตรฐานน้ำพุร้อน เพื่อนำไปใช้ในการบริการในธุรกิจสปาและโรงแรม

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

เชียงรายมีน้ำพุร้อน จำนวน 10 แห่ง เช่น น้ำพุร้อนโป่งนาคำ โป่งผูเฟือง น้ำพุร้อนยางผาเคียว เป็นต้น ธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่มีบทบาทในการสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยว จึงต้องมีการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงลึก และตรวจวัดค่ามาตรฐานต่างๆ ทั้งปี เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำ และสร้างมาตรฐานน้ำพุร้อน (Chiang Rai Lanna Spa City)

สรุปแนวคิดโครงการ

- เพื่อพัฒนามาตรฐานน้ำพุร้อนให้สามารถนำไปใช้ในการบริการในธุรกิจสปาและโรงแรมในจังหวัดเชียงราย

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. วิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะภูมิศาสตร์และกายภาพ รวมถึงสภาวะปัจจัยแวดล้อม
2. วิเคราะห์ข้อมูลคุณสมบัติ
3. สร้างแนวทางการส่งเสริมการลงทุน
4. จัดทำคู่มือพัฒนาสถานบริการ
5. อบรมเชิงปฏิบัติการ ผู้ประกอบการเกษตร เกษตรกร ผู้มีส่วนได้เสีย
6. จัดมหกรรม “เชียงรายเมืองสุขภาพล้านนา”

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตามกิจกรรมต่างๆดังนี้

1. มหาวิทยาลัย
2. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
3. สำนักงานการท่องเที่ยว
4. กลุ่มคลัสเตอร์อารยธรรมล้านนา

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จ.เชียงราย

ผลลัพธ์:

1) รายได้จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
2) การท่องเที่ยวน้ำพุร้อนและการใช้บริการในธุรกิจสปาและโรงแรมเป็นที่นิยม

ผลผลิต:

1) แหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนและการใช้บริการในธุรกิจ สปาและโรงแรม
2) ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้เสียในการท่องเที่ยวน้ำพุร้อนและการนำไปใช้ในการบริการในธุรกิจสปาได้รับการอบรมเชิงปฏิบัติการครบตามมาตรฐาน

ตัวชี้วัดของโครงการ:

1) จำนวนแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนและการใช้บริการในธุรกิจ สปาและโรงแรม
2) จำนวนผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้เสียในการท่องเที่ยวน้ำพุร้อนและการนำไปใช้ในการบริการในธุรกิจสปาได้รับการอบรมเชิงปฏิบัติการครบตามมาตรฐาน
3) ร้อยละของรายได้จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น
4) ร้อยละของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อ การท่องเที่ยวน้ำพุร้อนและการใช้บริการในธุรกิจสปาและโรงแรม

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. วิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะภูมิศาสตร์และกายภาพ รวมถึงสภาวะปัจจัยแวดล้อม	ปีงบประมาณ 2561	1,000,000		มหาวิทยาลัย/ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	
2. วิเคราะห์ข้อมูลคุณสมบัติ จัดทำมาตรฐาน				สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย/ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงราย	
3. สร้างแนวทางการส่งเสริมการลงทุน				สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย/ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงราย	
4. จัดทำคู่มือพัฒนาสถานบริการ				สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย/ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงราย	
5. อบรมเชิงปฏิบัติการผู้ประกอบการและ ผู้มีส่วนได้เสีย				สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย/ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงราย	
6. จัดมหกรรม “เชียงรายเมืองสุขภาพล้านนา”				สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย/ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงราย	

ชื่อโครงการ: 3. โครงการ มหัศจรรย์เชียงของ : วิถีลีลา ปลาบึก
ที่มา / หลักการและเหตุผล: เชียงรายเมืองหลับไหล เพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยว สร้างแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ ในอัตลักษณ์ของตนเอง
สรุปแนวคิดโครงการ เชียงของเป็นเมืองเก่าที่มีวัฒนธรรมประเพณีที่โดดเด่นเป็นที่รู้จัก แต่ปัจจุบันไม่มีแล้ว จึงควรส่งเสริมให้เกิดการกลับมาของปลาบึก นางนวล และดอกซอมพอ
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ - เรื่องเล่าเชียงของ (ยุวมัคคุเทศน์) - ปลาบึกคืนถิ่น (ฟื้นฟูประเพณีการจับปลาบึก) - ปลาขวัญบ่อ - บึกเชียงของ (แลนด์มาร์ค) - เส้นทางปลาบึก - คุมิปลา
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามกิจกรรมต่างๆ ดังนี้ ประชาสัมพันธ์จังหวัด, อำเภอเชียงของ, ท่องเที่ยว, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น, ประธานสภา ฯ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว, องค์กรเอกชนในพื้นที่, ศิลปินในพื้นที่, ปราชญ์ในพื้นที่
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : อำเภอเชียงของ
ผลลัพธ์: 1) รายได้จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 2) การท่องเที่ยวมีอัตลักษณ์ในรูปแบบเฉพาะ
ผลผลิต: 1) เกิดการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย 2) ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับปลาบึกได้รับการฟื้นฟู
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1) ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น 2) ร้อยละของรายได้จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น 3) ร้อยละของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเพณีที่เกี่ยวข้องกับปลาบึก

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
- เรื่องเล่าเชียงของ (ยุวมัคคุเทศน์)				ที่ทำการปกครองอำเภอเชียงของ	
- ปลาบึกคืนถิ่น (ฟื้นฟูประเพณีการจับปลาบึก)				ที่ทำการปกครองอำเภอเชียงของ	
- ปลาขวัญบ่อ				ที่ทำการปกครองอำเภอเชียงของ	
- บึกเชียงของ (แลนด์มาร์ค)				ที่ทำการปกครองอำเภอเชียงของ	
- เส้นทางปลาบึก				ที่ทำการปกครองอำเภอเชียงของ	
- คุมิปลา				ที่ทำการปกครองอำเภอเชียงของ	

ชื่อโครงการ: 4. โครงการ เชียงรายเมืองศิลปะ
ที่มา / หลักการและเหตุผล: - ยกระดับการพัฒนาการท่องเที่ยว จ.เชียงราย - กำหนด Position เอกลักษณ์ที่ชัดเจนของการท่องเที่ยว - สร้างการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน + ประชารัฐ รัก+ความภูมิใจในประวัติศาสตร์
สรุปแนวคิดโครงการ เชียงของเป็นเมืองเก่าที่มีวัฒนธรรมประเพณีที่โดดเด่นเป็นที่รู้จัก แต่ปัจจุบันไม่มีแล้ว จึงควรส่งเสริมให้เกิดการกลับมาของปลาบึก นางนวล และดอกซอมพอ
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ - Art Street - เปิดบ้านท้องถิ่น 10 หลัง (เดิม 3 หลัง) - ขบวนแห่ทุกอำเภอ - ประกวดศิลปะ (ประชาสัมพันธเกมส์) วาดภาพ - การแสดงผลงานศิลปิน ศิลปะ ดนตรี - นิทรรศการ จำหน่ายอาหารพื้นเมือง นานาชาติ
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามกิจกรรมต่างๆ ดังนี้ - สถาบันการศึกษา (เช่น ขยายศาสตร์นำไปใช้ในชีวิตประจำวัน) - สันทนาการ (แทรกกิจกรรมด้านศิลปะ + ประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเครือข่ายต้นเอง) - เยาวชน ผู้ประกอบการ (พัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวรองรับเมืองศิลปะ)
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สำนักงานจังหวัดเชียงราย
ผลลัพธ์: 1) นักท่องเที่ยวและประชาชนเห็นคุณค่าของศิลปะ+ เกิดสุนทรีย์ภาพ + นันทนาการ 2) เพิ่มมูลค่าของเศรษฐกิจ + สินค้าบริการมูลค่าสูง
ผลผลิต: 1) จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 2) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1) จำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น 2) จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น 3) รายได้จากการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ปูพื้นฐานความรู้ สร้างการรับรู้ความเข้าใจ	ต.ค.-ธ.ค. 61		(Aesthetics)	มหาวิทยาลัยด้านศิลปะ	
2. แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงาน+ประชุมกำหนดแผนฯ				ประวัติศาสตร์ศิลปะ จิตกรรม	
3. ถ่ายทอด					
4. จัดประกวดแข่งขัน					
5. Event					

ชื่อโครงการ: 5. โครงการปรับปรุงพัฒนาพื้นที่เฉพาะโดยรอบบริเวณหนองหลวง

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

พัฒนาแหล่งน้ำหนองหลวง อ.เชียงรายที่มีปัญหาคุณภาพน้ำ การบุกรุกพื้นที่ การเกษตร การท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนด้านวัฒนธรรมและสุขภาพ

สรุปแนวคิดโครงการ

แหล่งน้ำหนองหลวงขนาดใหญ่ มีปัญหาการรุกล้ำพื้นที่ มีปัญหาการพัฒนาแหล่งน้ำ เป็นแหล่งประมงของจังหวัด จึงควรมีการพัฒนาภูมิทัศน์ การท่องเที่ยว เชิงคุณภาพ ทางจักรยาน ที่พักผ่อนของจังหวัด แหล่งดูนก

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- จัดทำปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรอบหนองหลวง
- ก่อสร้างทางจักรยาน 24 กิโลเมตร
- จัดทำที่พักนักท่องเที่ยว
- ขุกลอกจัดการบริหารน้ำ
- สร้างแหล่งน้ำสาธารณะ

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

- สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดเชียงราย
- สนง.เกษตรจังหวัดเชียงราย
- กลุ่มจังหวัด

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก : สนง.จังหวัดเชียงราย

ผลลัพธ์:

นักท่องเที่ยวและประชาชนได้ใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบบริเวณหนองหลวง

ผลผลิต:

1) เส้นทางจักรยานที่ก่อสร้างเสร็จ
2) ที่พักนักท่องเที่ยวที่จัดทำเสร็จ
3) การขุดลอกจัดการบริหารน้ำ
4) แหล่งน้ำสาธารณะ

ตัวชี้วัดของโครงการ:

1) เส้นทางจักรยานที่ก่อสร้างเสร็จ (24 กิโลเมตร)
2) จำนวนที่พักนักท่องเที่ยวที่จัดทำเสร็จ
3) จำนวนแหล่งน้ำสาธารณะ
4) จำนวนนักท่องเที่ยวและประชาชนได้ใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบบริเวณหนองหลวง

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
- จัดทำปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรอบหนองหลวง				สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดเชียงราย/อปท.	
- ก่อสร้างทางจักรยาน 24 กิโลเมตร				สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดเชียงราย/อปท.	
- จัดทำที่พักนักท่องเที่ยว				สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดเชียงราย/อปท.	
- ขุกลอกจัดการบริหารน้ำ				สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดเชียงราย/อปท.	
- สร้างแหล่งน้ำสาธารณะ				สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดเชียงราย/อปท.	

3.2.6 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดพะเยา

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดพะเยา

จังหวัดพะเยา ได้มีการกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ข้าวปลอดภัย/GAP	- ผลผลิตทางการเกษตรของจังหวัดพะเยาจำแนกตามพื้นที่เพาะปลูกต่อเนื้อที่การเก็บเกี่ยวและต่อผลผลิต โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิที่มีปริมาณการผลิตมากและมีคุณภาพสูง มีผลผลิตที่ดี มีคุณภาพ - มีโอกาสต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นข้างปลอดภัย GAP และผ่านการแปรรูปได้มากเพื่อสร้างจุดเด่นและลดต้นทุนการผลิตเพื่อสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพ
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติ และสุขภาพ (สมุนไพร)	- มีศักยภาพการท่องเที่ยวสูง เพราะมีที่ตั้งเหมาะสม มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรม ที่สำคัญคือเป็นจังหวัดที่มีความสงบ ร่มเย็น ผู้คนเป็นมิตร และมีอัตราการเกิดอาชญากรรมต่ำ - มีโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับสินค้าและบริการ สินค้า OTOP รวมทั้งเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดในกลุ่มล้านนาและประเทศเพื่อนบ้าน

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวปลอดภัย/GAP</u>

ภายใต้ประเด็น ข้าวปลอดภัย/GAP จังหวัดพะเยาได้มีการวิเคราะห์และมีการเพิ่มเติมข้อต่อห่วงโซ่โดยระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา(R&D)และพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน 2) การพัฒนาเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิตพัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน 4) การแปรรูป การเพิ่มและสร้างคุณค่า 5) การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า(Logistics) และ6)การพัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวปลอดภัย/ GAP ของจังหวัดพะเยา

หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา(R&D)และพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน	1.1 การวิจัยความต้องการข้าวหอมมะลิปลอดภัยของตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ (เช่นราคา,ชนิดข้าว ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค เป็นต้น)
3. การเพิ่มผลผลิตพัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน	3.1 ใช้เทคโนโลยีเพื่อรักษาคุณภาพข้าวหอมมะลิปลอดภัยหลังการเก็บเกี่ยว (เช่น การเก็บรักษาข้าวเปลือกให้มีคุณภาพและปลอดภัยตามมาตรฐาน การใช้เครื่องอบลดความชื้นข้าว เป็นต้น) 3.3 เกษตรกรมีแผนการผลิต และแผนการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม(Crop Zoning and planning) 3.5 ปลูกพืชหลังนาเพื่อปรับปรุงสภาพดินและสร้างรายได้มากกว่าการทำนาปรัง
4. การแปรรูป การเพิ่มและสร้างคุณค่า	4.2 ใช้เทคโนโลยีการบรรจุหีบห่อเพื่อรักษาคุณภาพและยืดอายุข้าวหอมมะลิปลอดภัย
6. การพัฒนาระบบการตลาด	6.2 มีระบบตลาดซื้อขายข้าวหอมมะลิปลอดภัย พันธสัญญา 6.7 business matching ระหว่าง trader กับผู้รวบรวมข้าว

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[7]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1 และ 3.1 และ 3.3 และ 3.5 และ 4.2 และ 6.2 และ 6.7	โครงการบริหารจัดการส่งออกข้าวหอมมะลิพะเยาที่ได้มาตรฐาน GAP	1. ผลักดันการส่งออกข้าวปลอดภัยสู่ตลาดต่างประเทศ 2. ขับเคลื่อนสู่การผลิตข้าวที่ได้มาตรฐาน GAP/อินทรีย์	สำนักงานเกษตรจังหวัดพะเยา ร่วมกับภาคีเครือข่าย

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ (สมุนไพร)

ภายใต้ประเด็น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ (สมุนไพร) จังหวัดพะเยาได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขตและเป้าหมาย 2) พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว 3) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร 4) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 5) พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และ 6) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

[7] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ (สมุนไพร) ของจังหวัดพะเยา

หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนาและขีดเส้นใต้คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน/โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย	1.2 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ (สมุนไพร) รวมทั้งการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว
2. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	2.1 การพัฒนาให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ (สมุนไพร) ให้เป็นมาตรฐาน 2.3 การพัฒนากลไกความร่วมมือและพัฒนาภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว
4. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	4.1 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว (ถนน ป้าย สภาพอาคาร) 4.2 การปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ(สมุนไพร) 4.3 การพัฒนาสัญลักษณ์ (Landmark) ในพื้นที่ 4.4 การจัดการขยะ และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและชุมชน 4.5 การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก และพัฒนาแนวทางปรับปรุงให้ได้มาตรฐาน(ห้องน้ำ ลานจอดรถ ไฟฟ้า ประปา น้ำดื่ม)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
5. พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	5.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ(สมุนไพร) 5.2 การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ (สมุนไพร/นวดแผนไทย/ร้านอาหาร/ ร้านค้า/ ที่พัก) 5.3 การพัฒนาการให้บริการธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน (สมุนไพร/นวดแผนไทย/ร้านอาหาร/ ร้านค้า/ ที่พัก) 5.4 การปรับปรุงของที่ระลึก สินค้าOTOP ที่จำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยว
6. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	6.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง (Gap)</u>	แนวทางการพัฒนา[8]		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.2 และ 2.1 และ 2.3 และ 4.1และ 4.2 และ 4.3 และ 4.4 และ 4.5 5.1 และ 5.2 และ 5.3 และ 5.4 และ 6.1	โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนบ้านปงใหม่ อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา	1.เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2.เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวโดยชุมชน 3.เพื่อพัฒนาเป็นชุมชนท่องเที่ยวต้นแบบ	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา

[8] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดพะเยา

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด โดยในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน มีสรุปรายละเอียดดังนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวปลอดภัย/GAP

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- ผลผลิตทางการเกษตรของจังหวัดพะเยาจำแนกตามพื้นที่เพาะปลูกต่อเนื้อที่การเก็บเกี่ยวและต่อผลผลิต โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิที่มีปริมาณการผลิตมากและมีคุณภาพสูง มีผลผลิตที่ดี มีคุณภาพ
- มีโอกาสต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นข้าวปลอดภัย GAP และผ่านการแปรรูปได้มากเพื่อสร้างจุดเด่นและลดต้นทุนการผลิตเพื่อสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพ

จังหวัดพะเยา มีเนื้อที่ถือครองการเกษตร ในปี 2559 ประมาณ 1,501,966 ไร หรือ 2,402.84 ตารางกิโลเมตร คิดเปนร่อยละ 37.93 ของพื้นที่ทั้งจังหวัด สวนใหญจะเปนเนื้อที่ทำนามากที่สุด ประมาณ 729,928 ไรคิดเปนร่อยละ 48.60 ของพื้นที่การเกษตร ที่ปลูกไม่ผล/ไมยืนต่น ประมาณ 360,744 ไร คิดเปน ร่อยละ 24.02 ของพื้นที่การเกษตรและที่ปลูกพืชไร ประมาณ 307,713 ไร คิดเปนร่อยละ20.48 ของพื้นที่การเกษตรตามลำดับ

ผลผลิตทางการเกษตรของจังหวัดพะเยา จำแนกตามพื้นที่เพาะปลูกตอเนื้อที่การเก็บเกี่ยวตอ ผลผลิตโดยเฉพาะข่าวหอมมะลิที่มีปริมาณการผลิตมากและมีคุณภาพสูง ยางพารา ลำไย ลิ้นจี่ และพืชไรตาง ๆ มีผลผลิตที่ดี มีคุณภาพ ดังนั้นการพัฒนาจังหวัดจึงมีแนวโนมพัฒนาสินค่าเกษตรปลอดภัย เพื่อสรางจุดเดน และลดตนทุนการผลิตเพื่อสินคาเกษตรที่มีคุณภาพ

ตารางที่ 3.8-16: สถิติการปลูกข้าว จังหวัดพะเยา ปีเพาะปลูก 2550/51 – 2557/58

รายการ	2550/51	2551/52	2552/53	2553/54	2554/55	2555/56	2556/57	2557/58
	(2007/08)	(2008/09)	(2009/10)	(2010/11)	(2011/12)	(2012/13)	(2013/14)	(2014/15)
เนื้อที่เพาะปลูก(ไร่)	615,678	622,757	674,499	706,301	791,034	780,256	771,824	620,113
เนื้อที่เก็บเกี่ยว(ไร่)	591,618	593,203	652,330	691,448	758,528	746,192	746,231	615,866
ผลผลิต (ตัน)	313,384	313,063	344,996	371,940	432,807	442,315	440,912	336,962
ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ (กก.)	530	528	529	538	571	593	591	547

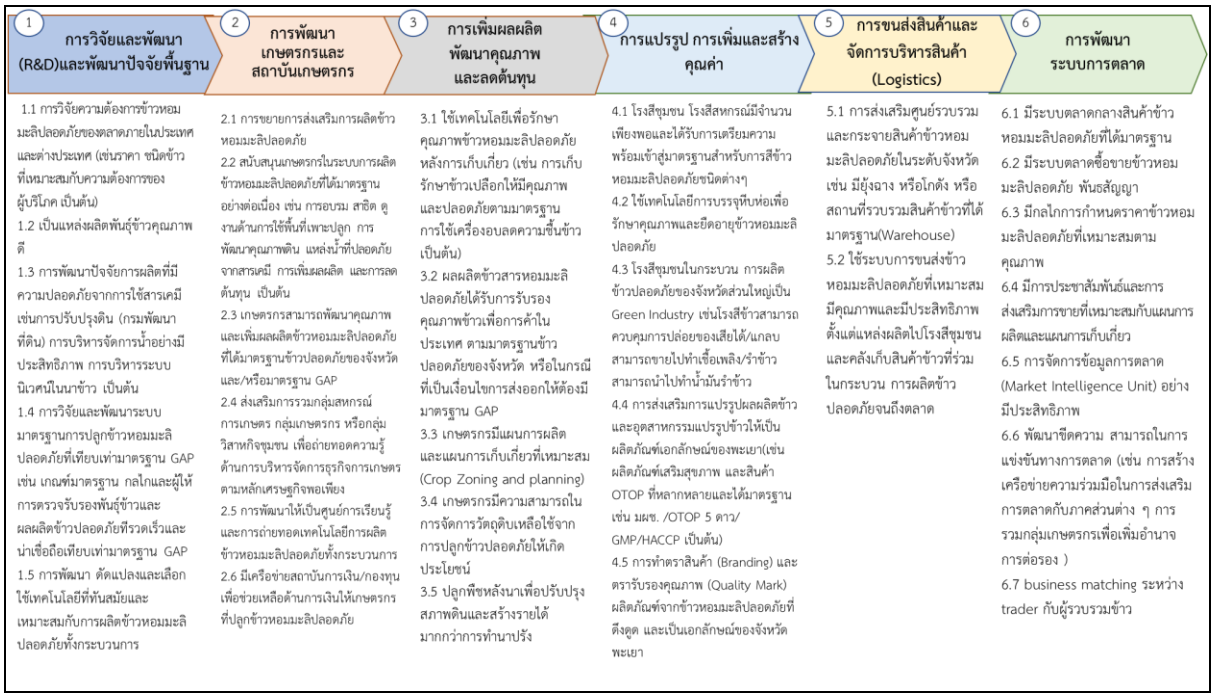
ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ(Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ได้พิจารณาโดยระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่ โดยมีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.8-6: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวปลอดภัย/GAP ของจังหวัดพะเยา



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.8-17: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[9]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ(CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.3 และ 2.4 และ 3.3และ 6.6	บริหารจัดการส่งออกข้าวหอมมะลิพะเยาที่ได้มาตรฐาน GAP	โครงการชลประทานพะเยา	สนับสนุนแหล่งน้ำ เพื่อการผลิตข้าวหอมมะลิให้พื้นที่ได้รับน้ำอย่างเพียงพอ ทั่วถึงตามความต้องการและระยะเวลาที่เหมาะสม
4.4 และ 4.5และ 6.4 และ 6.6	พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชมชน OTOP ปี 2560	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา	- ส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว (กาละแมโบราญ ,สาโท, ชาข้าวลืมผัว, สบู่นมข้าว) - พัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ - พัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการการตลาดและการจัดวาง/นำเสนอสินค้า (display) - พัฒนาภาษาด้านภาษา 3 ภาษา (อังกฤษ จีน ไทย) - ส่งเสริมช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ

[9] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ(CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
6.6	ส่งเสริมการตลาดเกษตรและเชื่อมโยงการตลาดข้าวเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรชาวนาอย่างยั่งยืน	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดพะเยา	เชื่อมโยงตลาดข้าวหอมมะลิพะเยา GAP เพื่อให้ชาวนาสามารถขายข้าวในราคาที่สูงขึ้น
2.1 และ 2.2 และ 2.3 และ 2.4และ 2.5และ3.2 และ 3.4 และ (3.3 แต่อาจต้องทำต่อเนื่อง)	- โครงการเพิ่มผลิตภาพและคุณภาพข้าวปลอดภัย ส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่	สำนักงานเกษตรจังหวัดพะเยา	- การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการผลิตข้าวให้ปลอดภัยได้มาตรฐาน - การลดต้นทุนการผลิต - การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต - การใช้สารเคมีเกษตรอย่างปลอดภัย และการลดใช้สารเคมีในการผลิต - การผลิตปุ๋ยหมัก + อินทรีย์ + พืชสด เพื่อปรับปรุงบำรุงดิน - การจัดการวัตถุดิบเหลือใช้จากกระบวนการผลิต - การแปรรูป พัฒนาบรรจุภัณฑ์

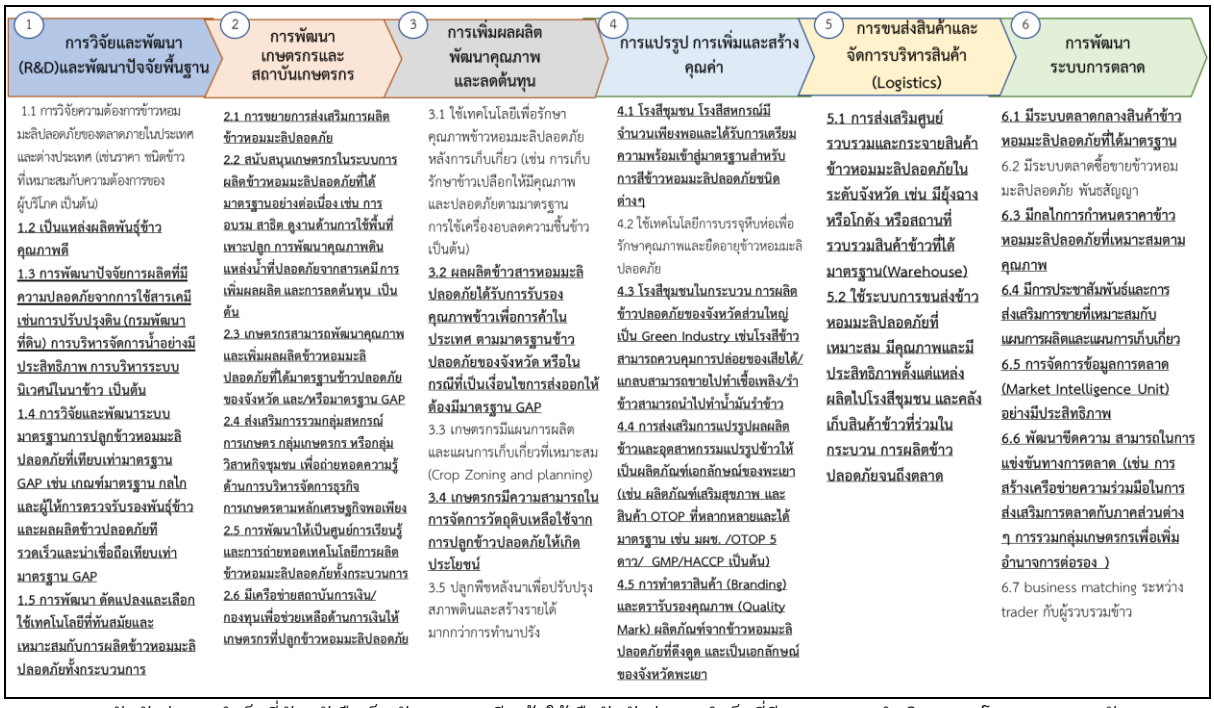
จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.8-18: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา(R&D)และพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน	1.1 การวิจัยความต้องการข้าวหอมมะลิปลอดภัยของตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ (เช่นราคา ชนิดข้าว ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค เป็นต้น)
3. การเพิ่มผลผลิตพัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน	3.1 ใช้เทคโนโลยีเพื่อรักษาคุณภาพข้าวหอมมะลิปลอดภัยหลังการเก็บเกี่ยว (เช่น การเก็บรักษาข้าวเปลือกให้มีคุณภาพและปลอดภัยตามมาตรฐาน การใช้เครื่องอบลดความชื้นข้าว เป็นต้น) 3.3 เกษตรกรมีแผนการผลิต และแผนการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม(Crop Zoning and planning) 3.5 ปลูกพืชหลังนาเพื่อปรับปรุงสภาพดินและสร้างรายได้มากกว่าการทำนาปรัง

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
4. การแปรรูป การเพิ่มและสร้างคุณค่า	4.2 ใช้เทคโนโลยีการบรรจุหีบห่อเพื่อรักษาคุณภาพและยืดอายุข้าวหอมมะลิปลอดภัย
6. การพัฒนาระบบการตลาด	6.2 มีระบบตลาดซื้อขายข้าวหอมมะลิปลอดภัย พันธสัญญา 6.7 business matching ระหว่าง trader กับผู้รวบรวมข้าว

แผนภาพที่ 3.8-7: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวปลอดภัย /GAP ของจังหวัดพะเยา



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดพะเยา

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว

แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.8-19: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[10]

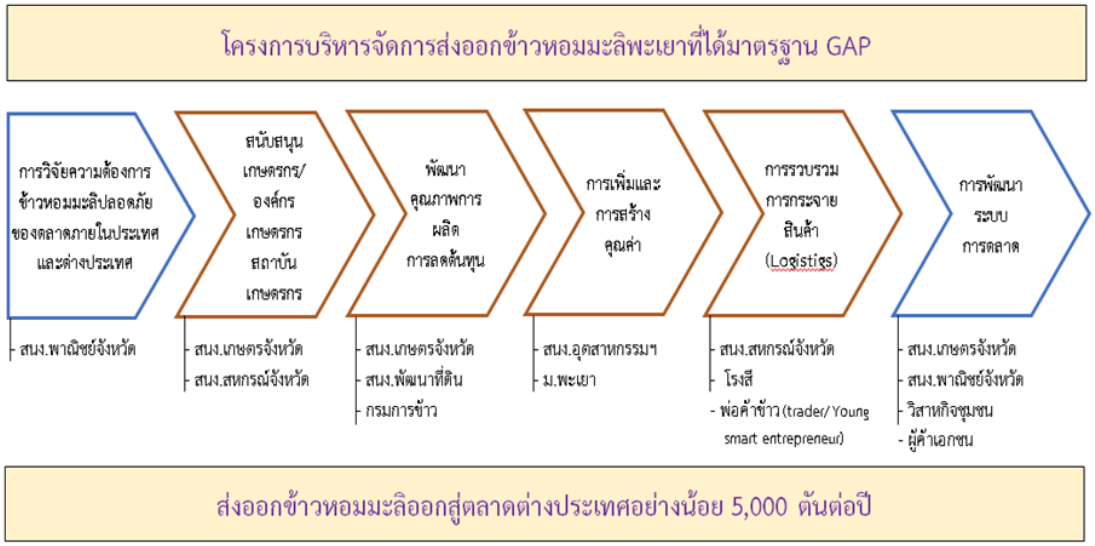
ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1 และ 3.1 และ 3.3 และ 3.5และ 4.2 และ 6.2 และ 6.7	โครงการบริหารจัดการส่งออกข้าวหอมมะลิพะเยาที่ได้มาตรฐาน GAP	1. ผลักดันการส่งออกข้าวปลอดภัยสู่ตลาดต่างประเทศ 2. ขับเคลื่อนสู่การผลิตข้าวที่ได้มาตรฐาน GAP/อินทรีย์	สนง.เกษตรจังหวัดพะเยา ร่วมกับภาคีเครือข่าย

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการบริหารจัดการส่งออกข้าวหอมมะลิพะเยาที่ได้มาตรฐาน GAP
ที่มา / หลักการและเหตุผล: จังหวัดพะเยามีผลิตภัณฑ์เกษตรหลัก คือ ข้าวหอมมะลิ มีเกษตรกรและมีผลผลิตข้าวจำนวนมาก แต่ราคาตกต่ำมาอย่างต่อเนื่องถึงแม้เกษตรกรจะผลิตข้าวที่ได้มาตรฐาน GAP แต่ราคาขายยังคงไม่แตกต่างกับข้าวที่ไม่ได้มาตรฐาน การแก้ไขปัญหาด้านราคาจึงต้องใช้วิธีการเพิ่มมูลค่า เป้าหมายสูงสุดของสินค้าข้าว คือการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ แต่บันไดขั้นแรกจำเป็นต้องผลิตข้าวในมาตรฐาน GAP ก่อน และหาช่องทางในการระบายสินค้าหรือหาอุปสงค์จากภายนอก ได้แก่ หาตลาดเพื่อการส่งออกข้าวหอมมะจากต่างประเทศ
สรุปแนวคิดโครงการ 1. ผลักดันการส่งออกข้าวปลอดภัยสู่ตลาดต่างประเทศ 2. ขับเคลื่อนสู่การผลิตข้าวที่ได้มาตรฐาน GAP/อินทรีย์
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. การวิจัยความต้องการข้าวหอมมะลิปลอดภัยของตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ 2. business matching ระหว่าง trader 3. มีระบบตลาดซื้อขายข้าวหอมมะลิปลอดภัยแบบเกษตรพันธสัญญา 4. การส่งเสริมศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าข้าวหอมมะลิปลอดภัยในระดับจังหวัด 5. ใช้เทคโนโลยีเพื่อรักษาคุณภาพข้าวหอมมะลิปลอดภัยหลังการเก็บเกี่ยว 6. ใช้เทคโนโลยีการบรรจุหีบห่อเพื่อรักษาคุณภาพและยืดอายุข้าวหอมมะลิปลอดภัย 7. ปลูกพืชหลังนาเพื่อปรับปรุงสภาพดินและสร้างรายได้มากกว่าการทำนาปรัง

[10] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง



หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.เกษตรจังหวัดพะเยา ร่วมกับภาคีเครือข่าย

ผลลัพธ์:

ส่งออกข้าวหอมมะลิปลอดภัยออกสู่ต่างประเทศ

ผลผลิต:

ราคาข้าวหอมมะลิปลอดภัยพะเยาเพิ่มขึ้น

เกษตรกรพะเยามีรายได้จากการขายข้าวหอมมะลิปลอดภัย

ตัวชี้วัดของโครงการ:

สามารถส่งออกข้าวหอมมะลิออกสู่ตลาดต่างประเทศอย่างน้อย 5,000 ตันต่อปี

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. business matching ระหว่าง trader กับ ผู้รวบรวมข้าว เช่น สหกรณ์	ตค.61-กย.62	2,000,000	business matching ระหว่าง trader กับ ผู้รวบรวมข้าว เช่น สหกรณ์	สำนักงานเกษตรจังหวัดพะเยา/ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดพะเยา	
2. การวิจัยความต้องการข้าวหอมมะลิปลอดภัยของ	ตค.61-กย.62	500,000	การวิจัยความต้องการข้าวหอมมะลิปลอดภัยของตลาด	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดพะเยา	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
ตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ			ภายในประเทศและต่างประเทศ		
3. ระบบตลาดซื้อขายข้าวหอมมะลิปลอดภัยพันธสัญญา	ตค.61-กย.62	500,000	ระบบตลาดซื้อขายข้าวหอมมะลิปลอดภัยพันธสัญญา	สำนักงานเกษตรจังหวัดพะเยา/สำนักงานพาณิชย์จังหวัดพะเยา	
4. ใช้เทคโนโลยีเพื่อรักษาคุณภาพข้าวหอมมะลิปลอดภัยหลังการเก็บเกี่ยว	ตค.61-กย.62	5,000,000	ใช้เทคโนโลยีเพื่อรักษาคุณภาพข้าวหอมมะลิปลอดภัยหลังการเก็บเกี่ยว	ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าว/สำนักงานเกษตรจังหวัดพะเยา	
5. ใช้เทคโนโลยีการบรรจุหีบห่อเพื่อรักษาคุณภาพและยืดอายุข้าวหอมมะลิปลอดภัย	ตค.61-กย.62	5,000,000	ใช้เทคโนโลยีการบรรจุหีบห่อเพื่อรักษาคุณภาพและยืดอายุข้าวหอมมะลิปลอดภัย	สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดพะเยา/มหาวิทยาลัยพะเยา	
6. ปลูกพืชหลังนาเพื่อปรับปรุงสภาพดินและสร้างรายได้มากกว่าการทำนาปรัง	ตค.61-กย.62	4,000,000	ปลูกพืชหลังนาเพื่อปรับปรุงสภาพดินและสร้างรายได้มากกว่าการทำนาปรัง	สถานีพัฒนาที่ดินพะเยา/สำนักงานเกษตรจังหวัดพะเยา	
7. การส่งเสริมศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าข้าวหอมมะลิปลอดภัยในระดับจังหวัด	ตค.61-กย.62	2,000,000	การส่งเสริมศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าข้าวหอมมะลิปลอดภัยในระดับจังหวัด	สำนักงานสหกรณ์จังหวัดพะเยา/โรงสี	

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ (สมุนไพร)

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- มีศักยภาพการท่องเที่ยวสูง เพราะมีที่ตั้งเหมาะสม มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรม ที่สำคัญคือเป็นจังหวัดที่มีความสงบ ร่มเย็น ผู้คนเป็นมิตร และมีอัตราการเกิดอาชญากรรมต่ำ
- มีโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการพัฒนาสินค้าและบริการ สินค้า OTOP รวมทั้งเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดในกลุ่มล้านนาและประเทศเพื่อนบ้าน

จังหวัดพะเยามีศักยภาพการทองเที่ยวสูง เพราะ มีที่ตั้งเหมาะสม มีสถานที่ทองเที่ยวหลากหลาย ไมวาจะเป็นแหลงทองเที่ยวธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรม เปนจังหวัดที่มีความสงบรมเย็น ผู่คนเปนมิตร และมีอัตราการเกิดอาชญากรรมต่ำ ด้านศักยภาพของจังหวัดพะเยาในการสงเสริมและพัฒนาการทองเที่ยว เช่น

- ศักยภาพด่านที่ตั้งของจังหวัดพะเยาอยูบริเวณสวนกลางของกลุมภาคเหนือตอนบน 2 (เชียงราย แพร นาน พะเยา) ที่สามารถเชื่อมตอทั้งดานเสนทางและบูรณาการยุทศาสตรการพัฒนาของ กลุมจังหวัด ภาคเหนือตอนบน 1 สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงตามกรอบความรวมมือของ GMS, BIMSTEC และ ACMECS และสนับสนุนกิจกรรมที่เอื้อประโยชนในการคา การลงทุน และการทองเที่ยวในภาพรวมของจังหวัด
- มีแหลงน้ำจืดขนาดใหญ คือ กวานพะเยา มีพื้นที่เปนอันดับหนึ่งของภาคเหนือตอนบนและเปน อันดับสามของประเทศ ที่เอื้อประโยชนตอวิถีชีวิต วัฒนธรรมทองถิ่น และสงผลใหเกิดการพัฒนาดาน การประมงการเกษตรกรรม การทองเที่ยวของจังหวัด
- เปนเมืองประวัติศาสตรที่มีวิวัฒนาการอยางยาวนานและตอเนื่อง โดยมีแหลงโบราณสถาน และโบราณวัตถุที่สำคัญอันไดแก จารึกเกาแก 113 หลัก วัดศรีโคมคำ(วัดพระเจาตนหลวง) วัดลี โบราณสถานเวียงลอ วัดติโลกอาราม ฯลฯ สามารถนำมาเปนแหลงเรียนรูทางศิลปวัฒนธรรมลานนา มีความโดดเดนของกลุมชาติพันธุอันไดแก ไทลื้อ ซึ่งเปนตนทุนในการสงเสริม อนุรักษวัฒนธรรม ประเพณี และโครงขาย กิจกรรมการทองเที่ยวของจังหวัด

ตารางที่ 3.8-20: จำนวนผู้เยี่ยมเยือนของจังหวัดพะเยา ปี 2552 – 2558

รายการ	จำนวนผู้เยี่ยมเยือน จังหวัดพะเยา พ.ศ. 2552 – 2558 (หน่วย:คน)						
	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558p
	(2009)	(2010)	(2011)	(2012)	(2013)	(2014)	(2015)
ทั่วราชอาณาจักร							
ผู้เยี่ยมเยือน	**124,869,207**	**156,437,103**	**174,118,377**	**198,987,506**	**217,112,440**	**227,654,055**	**249,072,982**
ชาวไทย	97,998,957	122,522,114	133,177,728	150,509,362	161,724,688	170,248,107	185,110,333
ชาวต่างประเทศ	26,870,250	33,914,989	40,940,649	48,478,144	55,387,752	57,405,948	63,962,649
พะเยา							
ผู้เยี่ยมเยือน	**249,829**	**332,924**	**366,676**	**489,399**	**521,706**	**536,268**	**564,628**
ชาวไทย	243,726	328,466	363,084	467,929	499,130	513,670	541,111
ชาวต่างประเทศ	6,103	4,458	3,592	21,470	22,576	22,598	23,517

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ตารางที่ 3.8-21: รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดพะเยา ปี 2552 – 2558

รายการ	รายได้จากการท่องเที่ยวจังหวัดพะเยา พ.ศ. 2552 – 2558 (หน่วย: ล้านบาท)						
	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558
	(2009)	(2010)	(2011)	(2012)	(2013)	(2014)	(2015)
ทั่วราชอาณาจักร							
ผู้เยี่ยมเยือน	**716,105**	**904,376**	**1,109,348**	**1,349,793**	**1,531,092**	**1,605,701**	**1,861,873**
ชาวไทย	264,781	402,574	483,225	588,865	660,715	703,664	803,785
ชาวต่างประเทศ	451,324	501,802	626,124	760,928	870,378	902,038	1,058,088
พะเยา							
ผู้เยี่ยมเยือน	**326**	**447**	**547**	**937**	**994**	**1,019**	**1,115**
ชาวไทย	316	438	543	912	965	989	1,083
ชาวต่างประเทศ	10	9	4	25	29	30	32

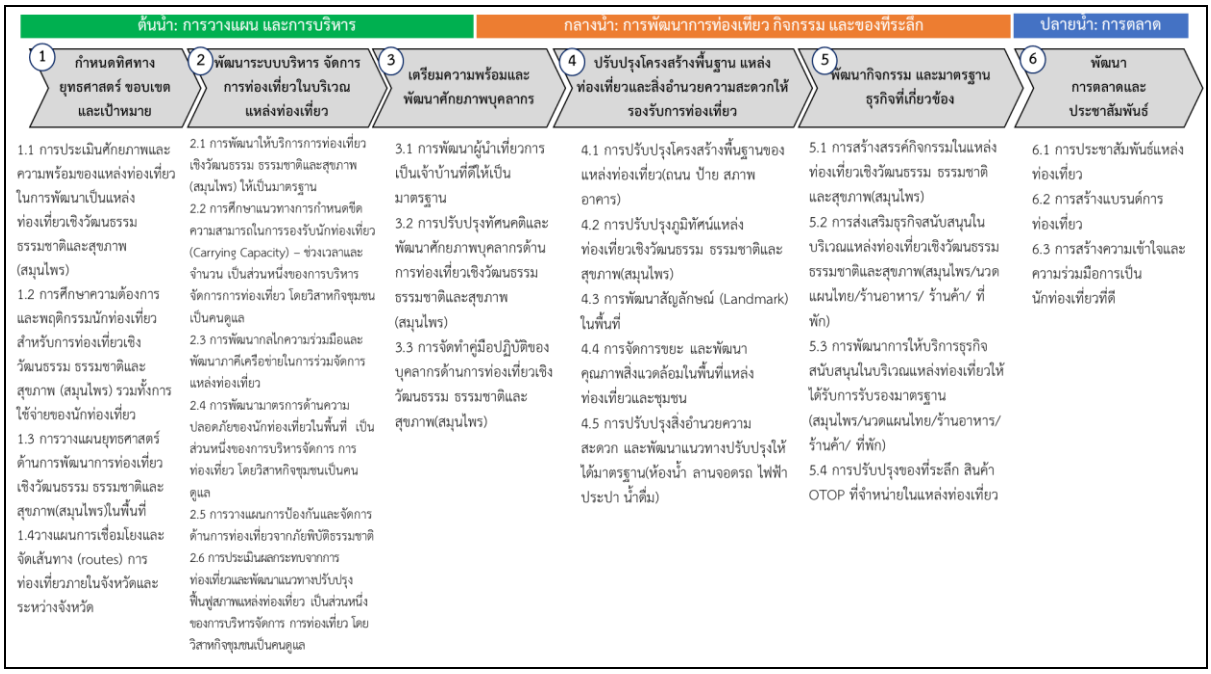
ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ(Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ จังหวัดได้พิจารณาแล้ว โดยมีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่า ดังนี้

แผนภาพที่ 3.8-8: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) : การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ (สมุนไพร) ของจังหวัดพะเยา



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.8-22: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[11]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
3.1 และ 5.2 และ 4.1และ 6.1	1. การพัฒนาและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านการศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และสุขภาพ เพื่อเป็นการสร้างรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน (งบประมาณ พ.ศ.2560)	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา	1) พัฒนาศักยภาพผู้นำชุมชนด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) พัฒนาศักยภาพผู้นำชุมชนและตัวแทนโฮมสเตย์ -เรื่องการจัดการแบบโฮมสเตย์ -การพัฒนามัคคุเทศก์ 3) การศึกษาดูงานหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชนต้นแบบ 4) พัฒนาอาชีพ สู่ผู้ประกอบการ OTOP (หมู่ละ 2 อาชีพ) 5) พัฒนาครอบครัวโฮมสเตย์ 6) จัดทำป้ายบอกทางหมู่บ้านท่องเที่ยวและจัดทำแผนที่หมู่บ้าน

[11] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
			7) ประชาสัมพันธ์หมู่บ้านท่องเที่ยว -การแถลงข่าว -จัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์หมู่บ้านท่องเที่ยว
3.1 และ 5.2 และ 4.1 และ 6.1	การพัฒนาและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านการศาสนา ศิลปวัฒนธรรมและสุขภาพ เพื่อเป็นการสร้างรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน (งบประมาณ พ.ศ.2560)	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย	กิจกรรมการพัฒนาท่องเที่ยวชุมชนต้นแบบของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2โดยประชารัฐ 1.ประชุมเชิงปฏิบัติการผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินกิจกรรม 2.การจัดเก็บรวบรวมจัดทำเอกสารองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมภูมิปัญญาของชุมชนเป้าหมาย 3.จัดกิจกรรมส่งเสริมเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว : การเปิดตัวชุมชนท่องเที่ยว 1) กิจกรรมนำชมแหล่งท่องเที่ยวและภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชุมชน 2) การสาธิตกิจกรรมทางภูมิปัญญาของชุมชน 3) การจัดตลาดของดีวิถีชุมชนและผลิตภัณฑ์สินค้าทางภูมิปัญญาของชุมชน 4) การแสดงศิลปวัฒนธรรมของชุมชน 5) การรับประทานอาหารแบบขันโตกอาหารพื้นเมืองในชุมชน

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.8-23: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขตและเป้าหมาย	1.2 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ (สมุนไพร) รวมทั้งการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว
2. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	2.1 การพัฒนาให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ (สมุนไพร) ให้เป็นมาตรฐาน 2.3 การพัฒนากลไกความร่วมมือและพัฒนาภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว
4. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	4.1 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว(ถนน ป้าย สภาพอาคาร) 4.2 การปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ (สมุนไพร) 4.3 การพัฒนาสัญลักษณ์ (Landmark) ในพื้นที่ 4.4 การจัดการขยะ และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและชุมชน 4.5 การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก และพัฒนาแนวทางปรับปรุงให้ได้มาตรฐาน(ห้องน้ำ ลานจอดรถ ไฟฟ้า ประปา น้ำดื่ม)
5. พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	5.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ(สมุนไพร) 5.2 การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ(สมุนไพร/นวดแผนไทย/ร้านอาหาร/ ร้านค้า/ ที่พัก) 5.3 การพัฒนาการให้บริการธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน (สมุนไพร/นวดแผนไทย/ร้านอาหาร/ ร้านค้า/ ที่พัก) 5.4 การปรับปรุงของที่ระลึก สินค้าOTOP ที่จำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยว
6. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	6.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

แผนภาพที่ 3.8-9: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) : การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติ และ สุขภาพ (สมุนไพร) ของจังหวัดพะเยา

หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดพะเยา

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.8-24: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[12]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.2และ 2.1 และ 2.3 และ 4.1 และ 4.2 และ 4.3 และ 4.4 และ 4.5 5.1 และ 5.2 และ 5.3 และ 5.4 และ 6.1	โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชน บ้านปงใหม่ อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา	1. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2. เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวโดยชุมชน 3. เพื่อพัฒนาเป็นชุมชนท่องเที่ยวต้นแบบ	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชน บ้านปงใหม่ อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา
ที่มา / หลักการและเหตุผล: จังหวัดพะเยามีนโยบายส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชุมชน วัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพะเยา โดยมุ่งเน้นการท่องเที่ยววิถีชุมชน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสุขภาพ โดยจัดทำโครงการนำร่องในพื้นที่บ้านปงใหม่ อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา
สรุปแนวคิดโครงการ - เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน - เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวโดยชุมชน - เพื่อพัฒนาเป็นชุมชนท่องเที่ยวต้นแบบ
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. จัดวิ่ง ปั่นจักรยาน 2. จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยว 3. จัดอบรมมัคคุเทศก์น้อย /เจ้าบ้านที่ดี 4. พัฒนาของที่ระลึกประจำหมู่บ้าน 5. การบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน 6. พัฒนาให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ (สมุนไพร) 7. สร้าง story ของชุมชน 8. ประชาสัมพันธ์

[12] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

9. ศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ (สมุนไพร)
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา/สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพะเยา/สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา
ผลลัพธ์: รายได้จากการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพิ่มขึ้น
ผลผลิต: เกิดชุมชนท่องเที่ยวต้นแบบ
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1) จำนวนสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงวิถีชีวิตและวัฒธรรมที่เพิ่มขึ้น (จำนวน 1 แห่ง) 2) ร้อยละของรายได้จากการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 10)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. จัดวิ่ง ปั่นจักรยาน				สำนักงานท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดพะเยา	
2. โปรแกรมท่องเที่ยว - ชมภูมิปัญญาตีมีด - ทำข้าวแคบ - เรียนรู้การทำอาหารพื้นเมือง				สำนักงานท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดพะเยา	
3. โครงการมัคคุเทศก์น้อย / เจ้าบ้านที่ดี				สำนักงานท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดพะเยา	
4. พัฒนาของที่ระลึกประจำหมู่บ้าน				สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดพะเยา	
5. การบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน - ตั้งวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวของหมู่บ้านโดยมีผู้ใหญ่บ้านเป็นผู้จัดการ และมีการจัดการผลประโยชน์ที่เป็นธรรม				สำนักงานท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดพะเยา /สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
-เชิญชวนผู้ประกอบการท่องเที่ยวเป้าหมาย 1. เจ้าของฟาร์มเห็ดสุขใจ 2. เจ้าของสวนฮอมพญ๋า 3. เจ้าของร้านกาแฟ ฮิมห้วยปู 4. คนรุ่นใหม่ - เชิญชวนลูกบ้านมาเป็นหุ้นส่วน ทำของขาย พาเที่ยว แสดง				สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา	
6. พัฒนาให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ (สมุนไพร)				สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา	
7. สร้าง story ของชุมชน				สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพะเยา	
8. ประชาสัมพันธ์ - grand opening - จ้าง blogger เขียนเชียร์ - เกนนักท่องเที่ยวหน้าม้า 1. ศิลปินชวนแฟนคลับเข้ามา 2. ท่องเที่ยวและกีฬา 3. หัวหน้าหน่วยงาน				สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา	
9. ศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและสุขภาพ (สมุนไพร)				สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพะเยา	

3.2.7 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดแพร่

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดแพร่

จังหวัดแพร่ ได้มีการกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

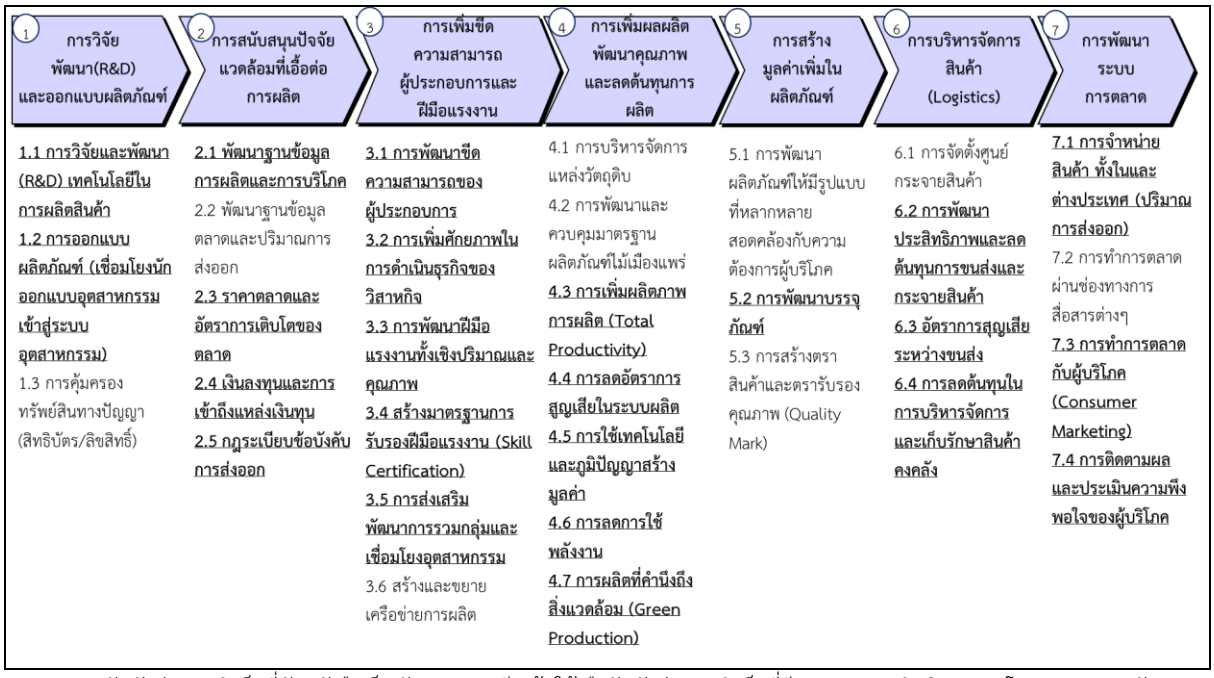
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ผลิตภัณฑ์จากไม้สัก	- จังหวัดแพร่ได้รับการผลักดันให้เป็นเมืองไม้สักของประเทศไทย Thailand Golden Teak และให้ไม้สักเป็นสินค้าส่งออกระดับโลก - จังหวัดได้กำหนดให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมป่าไม้อย่างครบวงจร (Teak Valley) โดยกำหนดพื้นที่อำเภอสูงเม่นและเด่นชัยเป็นศูนย์กลางในการผลิตและการจำหน่ายและพื้นที่อำเภออื่น ๆ เป็นแหล่งปลูกและฟื้นฟู
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม	- จังหวัดแพร่มีความพร้อมในด้านสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ ด้านศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุและภูมิปัญญาที่มีความหลากหลาย จังหวัดได้กำหนดให้อำเภอเมืองแพร่และอำเภอสอง เน้นทางด้านการท่องเที่ยวและทำเป็น Route การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สามารถเล่าถึงความเป็นมาของเมืองแพร่ - มีโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับสินค้าและบริการ สินค้า OTOP รวมทั้งเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดในกลุ่มล้านนาและประเทศเพื่อนบ้าน

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ผลิตภัณฑ์จากไม้สัก</u>

ภายใต้ประเด็น ผลิตภัณฑ์จากไม้สักได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยพัฒนา(R&D)และออกแบบผลิตภัณฑ์ 2) การสนับสนุนปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการผลิต 3) การเพิ่มขีดความสามารถผู้ประกอบการและฝีมือแรงงาน 4) การเพิ่มผลผลิตพัฒนาคุณภาพและลดต้นทุนการผลิต 5) การสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ 6) การบริหารจัดการสินค้า (Logistics) และ7) การพัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ผลิตภัณฑ์จากไม้สัก ของจังหวัดแพร่



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยพัฒนา(R&D)และออกแบบผลิตภัณฑ์	1.3 การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (สิทธิบัตร/ลิขสิทธิ์)
2.การสนับสนุนปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการผลิต	2.2 พัฒนาฐานข้อมูลตลาดและปริมาณการส่งออก
3. การเพิ่มขีดความสามารถผู้ประกอบการและฝีมือแรงงาน	3.6 สร้างและขยายเครือข่ายการผลิต
4. การเพิ่มผลผลิตพัฒนาคุณภาพและลดต้นทุนการผลิต	4.1 การบริหารจัดการแหล่งวัตถุดิบ 4.2 การพัฒนาและควบคุมมาตรฐานผลิตภัณฑ์ไม้เมืองแพร่
5. การสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์	5.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่หลากหลายสอดคล้องกับความต้องการผู้บริโภค 5.3 การสร้างตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ (Quality Mark)
6. การบริหารจัดการสินค้า (Logistics)	6.1 การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า
7. การพัฒนาระบบการตลาด	7.2 การทำการตลาดผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[13]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.3	1) ศึกษาความเป็นไปได้ในการขอ GI ไม้สักทอง/ผลิตภัณฑ์ไม้สักทอง หรือ IP รูปแบบอื่น	ศึกษาความเป็นไปได้ในการขอ GI ไม้สักทอง/ผลิตภัณฑ์ไม้สักทอง หรือ IP รูปแบบอื่น	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่
2.2 และ 5.1	2) ศึกษาข้อมูลการตลาดและแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้ของโลก	- ศึกษาข้อมูลการตลาด ความต้องการผลิตภัณฑ์ และแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของโลก กำหนดรูปแบบกลไกเผยแพร่ข้อมูลต่อผู้เกี่ยวข้อง และจัดกิจกรรมส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองตลาด	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่
3.6	3) จัดกิจกรรมเปรียบเทียบศักยภาพผู้ผลิต (benchmark) เพื่อกระตุ้นการพัฒนาความสามารถ	- จัดประเมินเปรียบเทียบความสามารถของผู้ประกอบการในด้านต่างๆ (benchmark) และออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมหรือมาตรการ พัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการที่ตรงกับความต้องการโดยแท้จริง	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่
4.1	4) วางแผนการจัดการป่าปลูกทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ	- วางแผนการผลิตวัตถุดิบให้สามารถเก็บเกี่ยวไม้ได้เพียงพอกับความต้องการอย่างยั่งยืน โดยไม่มีการรุกล้ำทำลายป่าไม้ และทำวิจัยพัฒนาพันธุ์ไม้และการจัดการสนป่า	สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจ.แพร่
4.2 และ 5.3	5) การสร้างตราสัญลักษณ์ไม้เมืองแพร่	- กำหนดตราสัญลักษณ์ไม้เมืองแพร่และออกแบบกลไกบริหารจัดการระบบตราสัญลักษณ์และการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่
6.1	6) การจัดตั้งศูนย์แสดงผลิตภัณฑ์ไม้เมืองแพร่ ซึ่งต้องมีการกำหนดรูปแบบบริหารจัดการที่ยั่งยืน	- จัดตั้งศูนย์แสดงผลิตภัณฑ์ไม้เมืองแพร่เป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจจะซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สามารถมาเยี่ยมชมและ	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่

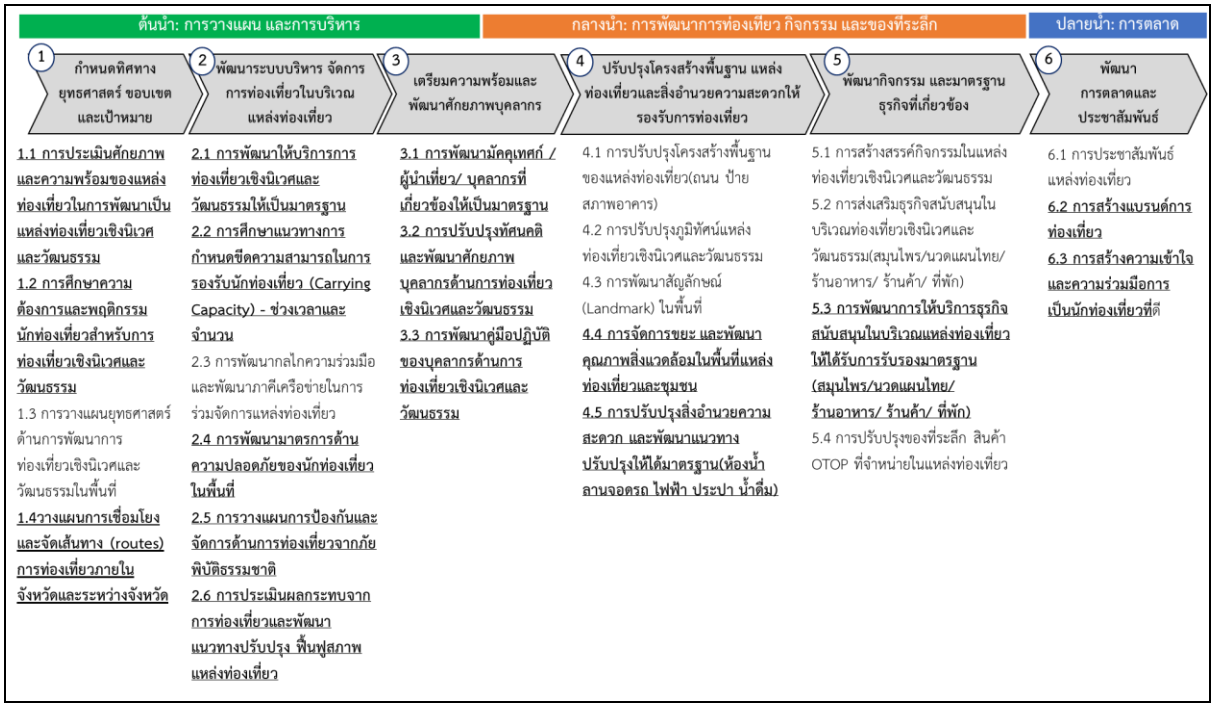
[13] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[13]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
		เลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้และของที่ระลึกประจำจังหวัดได้โดยสะดวก และอาจทำหน้าที่เป็นศูนย์ประสานงานการขายเฟอร์นิเจอร์ไม้สำหรับผู้สนใจที่ได้รับข้อมูลจากงานแสดงสินค้าหรือช่องทางประชาสัมพันธ์ต่างๆ นอกจากนี้ ศูนย์ฯ ยังมีบทบาทในการประเมินคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่ได้คุณภาพมาตรฐานเข้ามาจัดแสดงอีกด้วย	
7.2	7) การพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ไม้เมืองแพร่	- การวางแผนประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อช่วยสร้างการรับรู้และสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักและช่วยเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์จากการสร้างเรื่องราวที่เหมาะสม - การสนับสนุนผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า เพื่อเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายสินค้าและเรียนรู้ตลาด	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม</u>

ภายใต้ประเด็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม ของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย 2) พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว 3) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร 4) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 5) พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และ 6) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม ของจังหวัดแพร่



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขตและเป้าหมาย	1.3 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมในพื้นที่
2.พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	2.3 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว
4.ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	4.1 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว(ถนน ป้าย สภาพอาคาร) 4.2 การปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม 4.3 การพัฒนาสัญลักษณ์ (Landmark) ในพื้นที่
5. พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	5.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม 5.2 การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม (สมุนไพร/นวดแผนไทย/ร้านอาหาร/ ร้านค้า/ ที่พัก) 5.4 การปรับปรุงของที่ระลึก สินค้า OTOP ที่จำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยว
6. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	6.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[14]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.3 และบูรณาการทุก CSFs ที่เป็น gap 2.3 และ 4.1, 4.2, 4.3 และ 5.1, 5.2, 5.4 และ 6.1	1) การวางแผนยุทธศาสตร์ท่องเที่ยว	จัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดอย่างเป็นระบบ โดยให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้มาช่วยกันวางแผน โดยยุทธศาสตร์ภาพรวมประกอบด้วย 1) การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ของที่ 2) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ให้มีความสะดวกตามความเหมาะสม และมีความปลอดภัย 3) พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ 4) การประชาสัมพันธ์ การวางแผนยุทธศาสตร์จะเป็นโรดแมพ ระยะยาว 5-10 ปี โดยมีการจัดลำดับความสำคัญและกำหนดเงื่อนเวลาของกิจกรรมต่างๆ อย่างชัดเจน	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแพร่

[14] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดแพร่

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด โดยในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน มีสรุปรายละเอียดดังนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ผลิตภัณฑ์จากไม้สัก

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- จังหวัดแพร่ได้รับการผลักดันให้เป็นเมืองไม้สักของประเทศไทย Thailand Golden Teak และให้ไม้สักเป็นสินค้าส่งออกระดับโลก
- จังหวัดได้กำหนดให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมป่าไม้อย่างครบวงจร (Teak Valley) โดยกำหนดพื้นที่อำเภอสูงเม่นและเด่นชัยเป็นศูนย์กลางในการผลิตและการจำหน่ายและพื้นที่อำเภ อื่น ๆ เป็นแหล่งปลูกและฟื้นฟู

ไม้สักเป็นสัญลักษณ์จังหวัดแพร่เนื่องจากมีการประกอบอาชีพที่เกี่ยวกับไม้สัก มีแหล่งผลิตเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ มีช่างฝีมือและผลิตภัณฑ์จากไม้สักที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกรูปแบบ แต่ไม้สักซึ่งเป็นวัตถุดิบมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการจึงต้องผลักดันให้มีการปลูกทดแทน

จังหวัดแพร่ได้รับการผลักดันให้เป็นเมืองไม้สักของประเทศไทย Thailand Golden Teak และให้ไม้สักเป็นสินค้าส่งออกระดับโลก

จังหวัดได้กำหนดให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมป่าไม้อย่างครบวงจร (Teak Valley) โดยกำหนดพื้นที่อำเภอสูงเม่นและเด่นชัยเป็นศูนย์กลางในการผลิตและการจำหน่ายและพื้นที่อำเภออื่น ๆ เป็นแหล่งปลูกและฟื้นฟู

ปัจจุบันจังหวัดแพร่มีโรงงานอุตสาหกรรมไม้ 1,708 โรง โดยมีแหล่งวัตถุดิบรวม 152,650 ไร่และมีมูลค่าทางการค้าจำนวน 5,000 ล้านบาทต่อปี โดยปี 2558 จะเกิดเสรีทางการค้า ASEAN เฟอร์นิเจอร์ไม้จากกลุ่มประเทศอาเซียนจะเข้ามาแข่งขันทางการตลาด จังหวัดแพร่จึงกำหนดยุทธศาสตร์สู่การเป็น Furniture City

จังหวัดแพร่ มีพื้นที่ป่าไม้ 2,896,125 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 70.86 ของพื้นที่จังหวัดแพร่ จำแนกเขตการใช้ประโยชน์ที่ดินออกเป็น 3 เขต ดังนี้ 1) ป่าเพื่อการอนุรักษ์ (โซน C) เนื้อที่ 1,813,754 ไร่ 2) ป่าเพื่อเศรษฐกิจ (โซน E) เนื้อที่ 1,054,794 ไร่ และ 3) ป่าเพื่อการเกษตร (โซน A) เนื้อที่ 27,577 ไร่

ปี 2556 จังหวัดแพร่ มีสถานประกอบการอุตสาหกรรม จำนวน 1,883 แห่ง จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม ได้แก่ ประเภทการเกษตร จำนวน 181 แห่ง ประเภทไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ จำนวน 454 แห่ง และประเภทเฟอร์นิเจอร์และเครื่องเรือน 946 แห่ง และอื่นๆ

ตารางที่ 3.8-25: จำนวนโรงงานแยกตามประเภทอุตสาหกรรมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2500 ถึง ปี พ.ศ. 2556

รายการ	จำนวน (แห่ง)	เงินลงทุน (บาท)
อุตสาหกรรมการเกษตร	181	1,232,915,362
อุตสาหกรรมอาหาร	26	362,626,916
อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม	2	39,000,000
อุตสาหกรรมสิ่งทอ	4	12,900,000
อุตสาหกรรมเครื่องแต่งกาย	5	63,425,236
อุตสาหกรรมเครื่องหนัง	2	5,630,000
อุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้	454	501,715,978
อุตสาหกรรมการเกษตร	181	1,232,915,362
อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และเครื่องเรือน	946	516,019,767
อุตสาหกรรมกระดาษและผลิตภัณฑ์จากกระดาษ	4	23,450,000
อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์	5	12,370,000
อุตสาหกรรมเคมี	6	27,965,813
อุตสาหกรรมปิโตรเคมีและผลิตภัณฑ์	3	51,900,000
อุตสาหกรรมยาง	2	1,172,000
อุตสาหกรรมพลาสติก	7	38,680,000
อุตสาหกรรมอโลหะ	31	134,735,000
อุตสาหกรรมโลหะ	2	3,180,000
อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ	28	50,030,400
อุตสาหกรรมเครื่องจักรกล	19	25,892,500
อุตสาหกรรมไฟฟ้า	-	-
อุตสาหกรรมขนส่ง	50	176,583,900
อุตสาหกรรมอื่นๆ	106	322,292,775
รวม	1,883	3,602,485,647

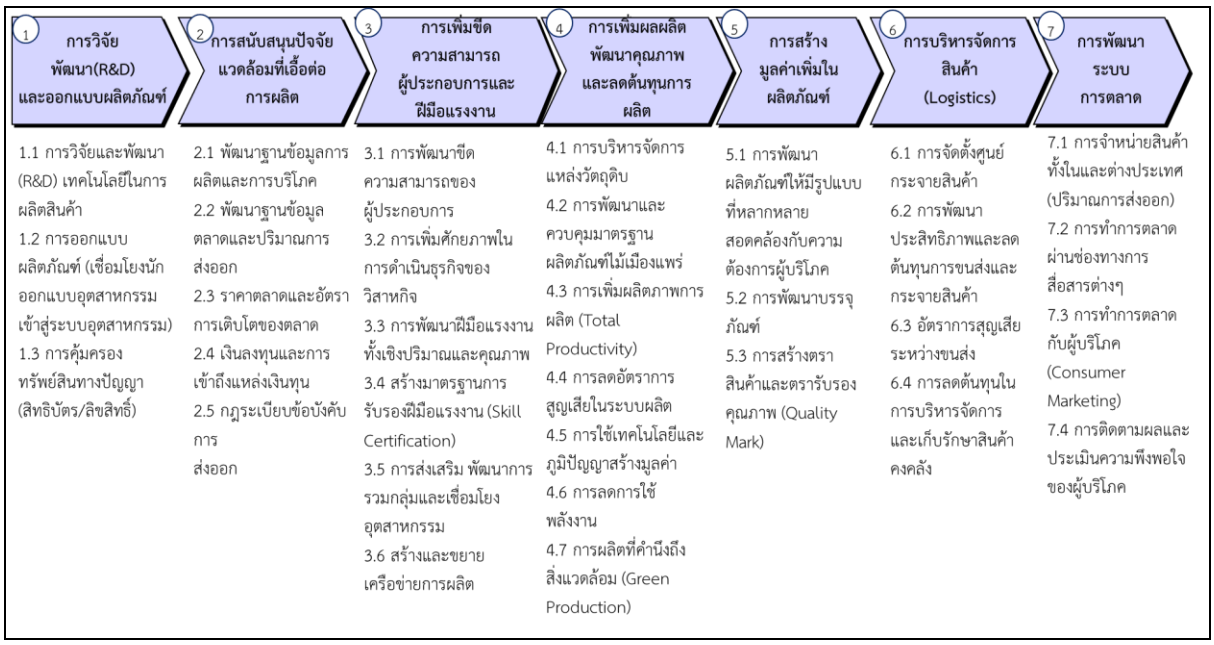
ที่มา : สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดแพร่ (ข้อมูล ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2557)

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.8-10: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion): ผลิตภัณฑ์จากไม้สัก ของจังหวัดแพร่



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.8-26: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[15]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1 และ 1.2 และ 5.1	การพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์	วิทยาลัยฯ /สำนักงานพัฒนาฝีมือแรงงานแพร่/สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดแพร่/สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่	- ร่วมกับ TCDC เชียงใหม่วิเคราะห์แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และออกแบบผลิตภัณฑ์นำร่อง เช่น เก้าอี้เด็ก เฟอร์นิเจอร์สำหรับผู้สูงอายุ - ร่วมกับ สวทช. ในการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์และจัดหา/พัฒนาเครื่องมืออุปกรณ์สนับสนุนการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ เช่น เตาอบไม้
5.3	แพร่แบรนด์	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่ /วิทยาลัยฯ	มีการกำหนดคุณลักษณะของไม้ที่สามารถใช้ตราแพร่แบรนด์ได้ คือ ไม้ถูกต้อง ไม้อบแห้ง รูปแบบทันสมัย แต่ยังไม่มีกระบวนการรับรองตราสัญลักษณ์อย่างจริงจัง
3.1 และ 3.2 และ 3.6	การเสริมสร้างความรู้ด้านการบริหารจัดการ	สำนักงานพัฒนาฝีมือแรงงานแพร่ /วิทยาลัยฯ	การจัดฝึกอบรมและให้ความรู้แก่ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการในรูปแบบต่างๆ

[15] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

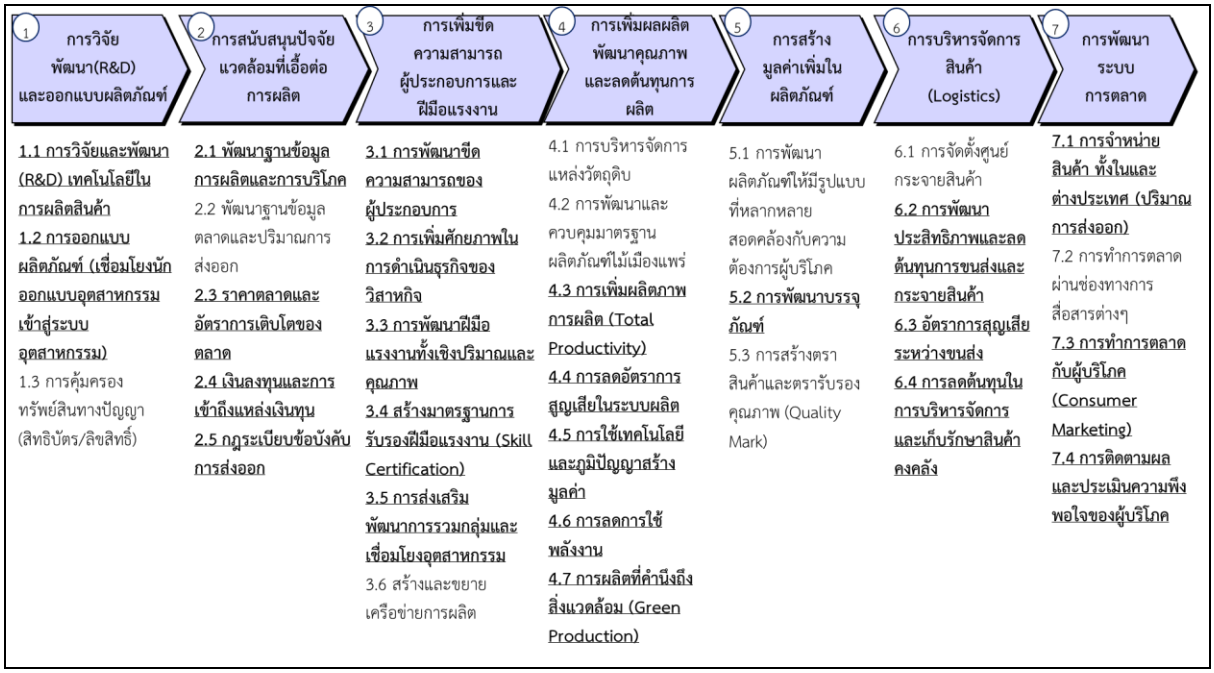
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
	แก่เครือข่ายผู้ผลิต/ผู้ประกอบการไม้สัก		
3.2	การสร้างโรงงานแปรรูปไม้และโรงเก็บ	วิทยาลัยฯ	การจัดฝึกอบรมและให้ความรู้แก่วิสาหกิจเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ
3.3	มหกรรมแข่งขันฝีมือช่างไม้	สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานแพร่	จัดมหกรรมแข่งขันฝีมือช่างไม้
3.4	มาตรฐานการรับรองฝีมือแรงงาน	สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานแพร่/วิทยาลัยฯ / สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่	-สนง.พัฒนาฝีมือแรงงานแพร่จัดการประเมินและให้การรับรองมาตรฐานฝีมือแรงงาน -สนง.พัฒนาฝีมือแรงงานแพร่ร่วมกับวิทยาลัยฯ จัดทำหลักสูตรพัฒนาแรงงานด้านไม้ เพื่อยกระดับฝีมือแรงงานด้านช่าง -สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดจัดอบรมการแกะสลักไม้ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม
4.1	การสร้างป่า สร้างรายได้ สร้างเศรษฐกิจเมืองแพร่	องค์กรอุตสาหกรรมป่าไม้เขตแพร่	การปลูกป่าและใช้ประโยชน์จากป่าไม้
7.2	ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดเมืองแห่งเฟอร์นิเจอร์ (Furniture City)	สำนักงานพัฒนาฝีมือแรงงานแพร่	ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดเมืองแห่งเฟอร์นิเจอร์ (Furniture City)
7.2	การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาด E-marketplace	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่	ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาด E-marketplace

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.8-27: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยพัฒนา(R&D)และออกแบบผลิตภัณฑ์	1.3 การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (สิทธิบัตร/ลิขสิทธิ์)
2.การสนับสนุนปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการผลิต	2.2 พัฒนาฐานข้อมูลตลาดและปริมาณการส่งออก
3. การเพิ่มขีดความสามารถผู้ประกอบการและฝีมือแรงงาน	3.6 สร้างและขยายเครือข่ายการผลิต
4. การเพิ่มผลผลิตพัฒนาคุณภาพและลดต้นทุนการผลิต	4.1 การบริหารจัดการแหล่งวัตถุดิบ 4.2 การพัฒนาและควบคุมมาตรฐานผลิตภัณฑ์ไม้เมืองแพร่
5. การสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์	5.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่หลากหลายสอดคล้องกับความต้องการผู้บริโภค 5.3 การสร้างตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ (Quality Mark)
6. การบริหารจัดการสินค้า (Logistics)	6.1 การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า
7. การพัฒนาระบบการตลาด	7.2 การทำการตลาดผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ

แผนภาพที่ 3.8-11: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion): ผลิตภัณฑ์จากไม้สัก ของจังหวัดแพร่



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดแพร่

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.8-28: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[16]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง (Gap)</u>	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.3	1) ศึกษาความเป็นไปได้ในการขอ GI ไม้สักทอง/ผลิตภัณฑ์ไม้สักทอง หรือ IP รูปแบบอื่น	ศึกษาความเป็นไปได้ในการขอ GI ไม้สักทอง/ผลิตภัณฑ์ไม้สักทอง หรือ IP รูปแบบอื่น	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่
2.2 และ 5.1	2) ศึกษาข้อมูลการตลาดและแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้ของโลก	- ศึกษาข้อมูลการตลาด ความต้องการผลิตภัณฑ์ และแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของโลก กำหนดรูปแบบกลไกเผยแพร่ข้อมูลต่อผู้เกี่ยวข้อง และจัดกิจกรรมส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองตลาด	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่
3.6	3) จัดกิจกรรมเปรียบเทียบศักยภาพผู้ผลิต	- จัดประเมินเปรียบเทียบความสามารถของผู้ประกอบการในด้านต่างๆ	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่

[16] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
	(benchmark) เพื่อกระตุ้นการพัฒนาความสามารถ	(benchmark) และออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมหรือมาตรการพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการที่ตรงกับความต้องการโดยแท้จริง	
4.1	4) วางแผนการจัดการป่าปลูกทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ	- วางแผนการผลิตวัตถุดิบให้สามารถเก็บเกี่ยวไม้ได้เพียงพอกับความต้องการอย่างยั่งยืน โดยไม่มีการรุกล้ำทำลายป่าไม้และทำวิจัยพัฒนาพันธุ์ไม้และการจัดการสนป่า	สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดแพร่
4.2 และ 5.3	5) การสร้างตราสัญลักษณ์ไม้เมืองแพร่	- กำหนดตราสัญลักษณ์ไม้เมืองแพร่และออกแบบกลไกบริหารจัดการระบบตราสัญลักษณ์และการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่
6.1	6) การจัดตั้งศูนย์แสดงผลิตภัณฑ์ไม้เมืองแพร่ ซึ่งต้องมีการกำหนดรูปแบบบริหารจัดการที่ยั่งยืน	- จัดตั้งศูนย์แสดงผลิตภัณฑ์ไม้เมืองแพร่เป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจจะซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สามารถมาเยี่ยมชมและเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้และของที่ระลึกประจำจังหวัดได้โดยสะดวก และอาจทำหน้าที่เป็นศูนย์ประสานงานการขายเฟอร์นิเจอร์ไม้สำหรับผู้สนใจที่ได้รับข้อมูลจากงานแสดงสินค้าหรือช่องทางประชาสัมพันธ์ต่างๆ นอกจากนี้ ศูนย์ฯ ยังมีบทบาทในการประเมินคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่ได้คุณภาพมาตรฐานเข้ามาจัดแสดงอีกด้วย	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่
7.2	7) การพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ไม้เมืองแพร่	- การวางแผนประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อช่วยสร้างการรับรู้และสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จัก	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
		และช่วยเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์จากการสร้างเรื่องราวที่เหมาะสม - การสนับสนุนผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า เพื่อเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายสินค้าและเรียนรู้ตลาด	

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: 1 ศึกษาความเป็นไปได้ในการขอ GI ไม้สักทอง/ผลิตภัณฑ์ไม้สักทอง หรือ IP รูปแบบอื่น
ที่มา / หลักการและเหตุผล: การปลูกไม้สักและผลิตภัณฑ์ไม้สักของจังหวัดแพร่เป็นสิ่งที่มีประวัติศาสตร์การพัฒนายาวนานและเป็นชื่อเสียงของจังหวัดแพร่ ซึ่งควรมีการเชิดชูและสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นให้เป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดแพร่
สรุปแนวคิดโครงการ การศึกษาความเป็นไปได้ในการขอ GI หรือ IP รูปแบบอื่นเพื่อใช้เสนอขอรับการรับรองเป็นการสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นให้เป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดแพร่
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ ศึกษาความเป็นไปได้ในการขอ GI ไม้สักทอง/ผลิตภัณฑ์ไม้สักทอง หรือ IP รูปแบบอื่น
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สนง.พาณิชย์จังหวัดแพร่ ร่วมกับ สนง.ป่าไม้จังหวัดแพร่ และสนง.อุตสาหกรรมจังหวัดแพร่
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่
ผลลัพธ์: ผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการขอ GI หรือ IP รูปแบบอื่นสามารถใช้ประกอบการเสนอเพื่อขอรับการรับรอง
ผลผลิต: รายงานผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการขอ GI หรือ IP รูปแบบอื่นดำเนินเสร็จครบถ้วนตามแผน
ตัวชี้วัดของโครงการ: ร้อยละความสำเร็จตามแผนการศึกษาความเป็นไปได้ในการขอ GI หรือ IP รูปแบบอื่น (ร้อยละ 100)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ประสานการหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการศึกษาความเป็นไปได้ในการขอ GI ไม้สักทอง/ผลิตภัณฑ์ไม้สักทอง หรือ IP รูปแบบอื่น				สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่ ร่วมกับสำนักงานป่าไม้จังหวัดแพร่ และสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดแพร่	
2. กำกับการดำเนินการศึกษาให้ถูกต้อง ครบถ้วนตาม TOR				สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่	
3. เผยแพร่และถ่ายทอดความรู้ให้ผู้ประกอบการและประชาชนรวมทั้งผู้ที่สนใจ				สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่	

ชื่อโครงการ: 2. ศึกษาข้อมูลการตลาดและแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้ของโลก

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ผลิตภัณฑ์ไม้สักในปัจจุบันมักผลิตเป็นเฟอร์นิเจอร์หรือของแต่งบ้านขนาดค่อนข้างใหญ่ เช่น โต๊ะ เตียง ตู้ เก้าอี้ ชั้นวางของ หิ้งพระ แล้วทำการจำหน่ายในพื้นที่เป็นหลัก ซึ่งต้องประสบอุปสรรคในการขนส่ง และสินค้ายังไม่ค่อยมีความหลากหลาย ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญในการผลิตสินค้าคือการทำความเข้าใจความต้องการของตลาดและกลุ่มเป้าหมาย เพื่อทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการ จึงควรมีการศึกษาวิจัยตลาดเพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์กลุ่มต่างๆ ให้ชัดเจน โดยในเบื้องต้นมีการจำแนกผลิตภัณฑ์ไม้สักเป็น 3 กลุ่มคือ 1) เฟอร์นิเจอร์ 2) ของตกแต่ง/ของที่ระลึก 3) ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาที่แฝงศิลปวัฒนธรรมและความเป็นมงคล (ผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานศิลปะ มีการสร้างเรื่องราวและความเป็นมงคล เช่น ไก่พระลอ ปีนักษัตร ป้ายคำมงคล) แนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดไม่ใหญ่ แต่มีมูลค่าสูงขึ้น เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อและการจัดเก็บเคลื่อนย้ายของลูกค้า และลดการใช้ปริมาณไม้ลง เนื่องจากเริ่มมีสัญญาณว่าอาจขาดแคลนวัตถุดิบไม้ในอนาคต

สรุปแนวคิดโครงการ

1) ศึกษาวิจัยตลาดเพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์กลุ่มต่างๆ ให้ชัดเจน
2) จัดระบบและให้บริการข้อมูลสารสนเทศการตลาดและแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้ของโลก

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1) ศึกษาข้อมูลการตลาด ความต้องการผลิตภัณฑ์ และแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของโลก
2) จัดระบบและให้บริการข้อมูลสารสนเทศการตลาดและแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้ของโลก
3) จัดกิจกรรมส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองตลาด

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่ ร่วมกับ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดแพร่

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่

ผลลัพธ์:

ผู้ประกอบการได้รับการสนับสนุนให้มีความสามารถออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของตลาด สามารถขยายตลาดเจาะกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งจะช่วยสร้างรายได้ให้เพิ่มมากขึ้น

ผลผลิต:

1) รายงานการศึกษาข้อมูลสารสนเทศการตลาดและแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้ของโลกที่เสร็จครบถ้วนตามแผน
2) ระบบการจัดเก็บและการให้บริการข้อมูลสารสนเทศการตลาดและแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้ของโลก

ตัวชี้วัดของโครงการ:

1) ร้อยละความสำเร็จตามแผนของการศึกษาข้อมูลสารสนเทศการตลาดและแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้ของโลกที่เสร็จครบถ้วนตามแผน
2) จำนวนรายการที่แสดงความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลงานของผู้ประกอบการที่ได้รับการสนับสนุนให้มีความสามารถออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์
3) จำนวนรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
ระดมความคิดรูปแบบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้สักที่เป็นเอกลักษณะของจังหวัดแพร่ โดยมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดไม่ใหญ่ ใช้ไม้น้อยลง				สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่/ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่	
จัดจ้างศึกษาข้อมูลการตลาด ความต้องการผลิตภัณฑ์ และแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของโลก				สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่	
การนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ - กำหนดรูปแบบกลไกเผยแพร่ข้อมูลต่อผู้เกี่ยวข้อง - การวิเคราะห์ข้อมูลและเชื่อมโยงกิจกรรมพัฒนา เช่น การวิจัย การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อตลาด การสร้างเครือข่ายหรือรวมกลุ่มผู้ผลิตเพื่อพัฒนาตลาดเฉพาะ การกำหนดกลยุทธ์การสร้างเรื่องราวให้กับผลิตภัณฑ์ไม้สักจังหวัดแพร่				สำนักงานพัฒนาพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่/ วิทยาลัยฯ/ สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานแพร่	
การจัดกิจกรรมส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองตลาด เช่น การประกวดออกแบบผลิตภัณฑ์ตามโจทย์ที่กำหนด การจัดฝึกอบรมเสริมศักยภาพผู้ประกอบการทั้งในเชิงเทคนิค/การตลาด/การบริหารจัดการ				สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่สำนักงาน/ อุตสาหกรรมจังหวัดแพร่/ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่/ /วิทยาลัยสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานแพร่	

ชื่อโครงการ: 3. จัดกิจกรรมเปรียบเทียบศักยภาพผู้ผลิต (benchmark) เพื่อกระตุ้นการพัฒนาความสามารถ

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ผู้ประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์ไม้ของจังหวัดแพร่ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตขนาดเล็กระดับครัวเรือน ซึ่งมีนับพันราย ผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตแต่ละรายยังมีรูปแบบไม่หลากหลายและยังไม่ค่อยได้รับการพัฒนาในด้านรูปลักษณ์และการออกแบบเท่าที่ควร การผลิตเน้นปิดงานเร็ว ผลงานจึงอาจไม่ค่อยละเอียดประณีต ราคาจำหน่ายจึงไม่สูงนัก ในบางกรณี การจำหน่ายผลิตภัณฑ์มีลักษณะเสมือนเป็นวัตถุดิบให้ร้านขนาดใหญ่นำไปผลิตต่อยอดให้ละเอียดประณีตมากขึ้น แล้วจำหน่ายต่อให้ลูกค้าในราคาที่สูงขึ้นไปอีกมาก ในปัจจุบันวิทยาลัยฯ ให้การสนับสนุนการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีสมาชิกกว่าร้อยราย โดยวิทยาลัยฯ ได้มีการอบรมให้ความรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพการผลิตผลิตภัณฑ์ให้กับสมาชิกและผู้สนใจ หากมีการประเมินศักยภาพของสมาชิกและจัดประเมินเปรียบเทียบความสามารถในด้านต่างๆ (benchmark) จะเป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้ประกอบการสนใจพัฒนาความสามารถของตนเองเพื่อให้ก้าวไปอยู่ในระดับสูง หน่วยงานต่างๆ สามารถออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมหรือมาตรการพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการที่ตรงกับความต้องการโดยแท้จริง ซึ่งผู้ประกอบการจะให้ความสนใจในการเข้ารับการอบรมและร่วมกิจกรรมต่างๆ อย่างจริงจังมากขึ้น

สรุปแนวคิดโครงการ

การประเมินศักยภาพของสมาชิกและจัดประเมินเปรียบเทียบความสามารถในด้านต่างๆ (benchmark) เพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการสนใจพัฒนาความสามารถของตนเอง และเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมหรือมาตรการพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการที่ตรงกับความต้องการโดย

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1) จัดทำหลักเกณฑ์และเครื่องมือการประเมินศักยภาพของผู้ผลิตประกอบกาที่เป็นสมาชิก
2) จัดกิจกรรมเปรียบเทียบศักยภาพผู้ผลิต (benchmark) ในเครือข่าย เพื่อกระตุ้นการพัฒนาความสามารถ
3) การจัดหลักสูตรอบรมให้ความรู้เพื่อยกระดับผู้ผลิต และมาตรการพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการ

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่ร่วมกับ สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดแพร่ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่ วิทยาลัยฯ และสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานแพร่

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่

ผลลัพธ์:

หน่วยงานต่างๆ สามารถใช้ข้อมูลฯ ในการออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมและมาตรการสนับสนุนการพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการที่ตรงกับความต้องการที่แท้จริง และข้อมูลเปรียบเทียบความสามารถของผู้ประกอบการจะเป็นแรงขับเคลื่อนให้ผู้ประกอบการมีความต้องการพัฒนาตนเองเพื่อให้ได้รับการประเมินให้อยู่ในกลุ่มที่สูงขึ้น

ผลผลิต:

ข้อมูลการประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไม้

ตัวชี้วัดของโครงการ:

ร้อยละของจำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาความสามารถจนมีผลประเมินให้ขยับขึ้นไปอยู่ในกลุ่มที่สูงขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
จัดกิจกรรมเปรียบเทียบศักยภาพผู้ผลิต (benchmark) ในเครือข่าย เพื่อกระตุ้นการพัฒนาความสามารถ				วิทยาลัยฯ	
การจัดหลักสูตรอบรมให้ความรู้เพื่อยกระดับผู้ผลิต และมาตรการพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการในรูปแบบต่างๆ				สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่/ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดแพร่/ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่/ วิทยาลัยฯ / สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานแพร่	

ชื่อโครงการ: 4. วางแผนการจัดการป่าปลูกทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

จากข้อมูลสำรวจความต้องการใช้วัตถุดิบไม้และปริมาณไม้ที่หาได้ในแต่ละปี พบว่ามีความต้องการมากกว่าปริมาณวัตถุดิบ ไม้ที่ใช้ในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นไม้ ออป. ไม้ที่สามารถตัดมาเป็นวัตถุดิบได้ควรมีอายุตั้งแต่ 12 ปี ขึ้นไป การเพิ่มปริมาณวัตถุดิบไม้มักมองกันที่สวนป่าปลูก ซึ่งจะต้องทำการปลูกในพื้นที่เอกชนที่มีเอกสารแสดงสิทธิ์ชัดเจน จึงจะสามารถขออนุญาตทำการตัดไม้ได้ แต่ทั้งนี้ ไม้ที่ได้จากป่าปลูกยังมีปัญหาคุณภาพไม่สูงเท่าไม้ ออป. อีกทั้งเมื่อพิจารณาสภาพพื้นที่ของจังหวัดแพร่ซึ่งเป็นพื้นที่ป่าราวร้อยละ 80 และเกษตรกรมีพื้นที่ครอบครองจำนวนไม่มากนัก การทำสวนป่าปลูกจึงมีต้นทุนค่าเสียโอกาสในการนำที่ดินไปใช้ในการเพาะปลูกพืชอื่นที่ให้ผลผลิตได้เร็วกว่า จึงควรมีการวางแผนการผลิตวัตถุดิบให้สามารถเก็บเกี่ยวไม้ได้เพียงพอกับความต้องการอย่างยั่งยืน โดยไม่มีการรุกล้ำทำลายป่าไม้

สรุปแนวคิดโครงการ

การวางแผนการผลิตวัตถุดิบให้สามารถเก็บเกี่ยวไม้ได้เพียงพอกับความต้องการอย่างยั่งยืน โดยไม่มีการรุกล้ำทำลายป่าไม้

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1) การสำรวจพื้นที่สวนป่า/การออกแบบกลไกการจัดเก็บข้อมูลสวนป่าของชาวบ้าน/เอกชน
2) จัดทำข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการลงทุนปลูกสวนป่า และการออกแบบมาตรการสนับสนุนการปลูกสวนป่า
3) ศึกษาวิจัยการพัฒนาคุณภาพไม้สวนป่าให้ใกล้เคียงกับไม้ป่าธรรมชาติ และการจัดการที่เหมาะสม เพื่อลดความเสียหายจากโรคและแมลง
4) การพัฒนาพันธุ์ไม้สัก เพื่อเพิ่มคุณภาพเนื้อไม้และลดระยะเวลา Crop Cycle

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานทรัพยากรธรรมชิตและสิ่งแวดล้อมจังหวัดแพร่ร่วมกับสำนักงานเกษตรจังหวัดแพร่และวิทยาลัยฯ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดแพร่

ผลลัพธ์:

มีการนำแผนการผลิตวัตถุดิบไม้ไปใช้ เพื่อให้มีวัตถุดิบไม้เพียงพอกับความต้องการใช้งานอย่างยั่งยืน

ผลผลิต:

มีฐานข้อมูลปริมาณไม้ในสวนป่าปลูกและ ข้อมูลสนับสนุนการกำหนดมาตรการส่งเสริมการปลูกสวนป่า

ตัวชี้วัดของโครงการ:

จำนวนรายการข้อมูลปริมาณไม้ในสวนป่าปลูกและ ข้อมูลสนับสนุนการกำหนดมาตรการส่งเสริมการปลูกสวนป่า

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
การสำรวจพื้นที่สวนป่า/การออกแบบกลไกการจัดเก็บข้อมูลสวนป่าของชาวบ้าน/เอกชน เช่น ผู้ที่มาลงทะเบียนปลูกสวนป่าจะได้รับการอำนวยความสะดวกในการขออนุญาตตัดไม้ หรือได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์				สำนักงานทรัพยากรธรรมชิตและสิ่งแวดล้อมจังหวัดแพร่ร่วมกับสำนักงานเกษตรจังหวัดแพร่	
การคำนวณผลตอบแทนการปลูกป่าสักเทียบกับกิจกรรมอื่นเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการลงทุนปลูกสวนป่า และการออกแบบมาตรการสนับสนุนการปลูกสวนป่า				สำนักงานทรัพยากรธรรมชิตและสิ่งแวดล้อมจังหวัดแพร่ร่วมกับสำนักงานเกษตรจังหวัดแพร่	
การศึกษาวิจัยการพัฒนาคุณภาพไม้สวนป่าให้ใกล้เคียงกับไม้ป่าธรรมชาติ และการจัดการที่เหมาะสม เพื่อลดความเสียหายจากโรคและแมลง				สำนักงานทรัพยากรธรรมชิตและสิ่งแวดล้อมจังหวัดแพร่ร่วมกับสำนักงานเกษตรจังหวัดแพร่	
การพัฒนาพันธุ์ไม้สัก เพื่อเพิ่มคุณภาพเนื้อไม้และลดระยะเวลา Crop Cycle (เช่นจาก 12 ปี ลดเหลือ 8 ปี)				สำนักงานทรัพยากรธรรมชิตและสิ่งแวดล้อมจังหวัดแพร่ร่วมกับสำนักงานเกษตรจังหวัดแพร่/วิทยาลัยฯ	

ชื่อโครงการ: 5. การสร้างตราสัญลักษณ์ไม้เมืองแพร่

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ไม้สักถือเป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ของจังหวัดแพร่ซึ่งควรได้รับการพัฒนายกระดับคุณภาพมาตรฐานเป็น product champion ของจังหวัดเพื่อให้เป็นที่รู้จักและได้รับความเชื่อมั่นยอมรับจากตลาด จึงมีแนวคิดในการสร้างตราสัญลักษณ์ไม้เมืองแพร่ขึ้น เพื่อรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ไม้ของจังหวัดแพร่เป็นการเฉพาะ โดยตราสัญลักษณ์จะเป็นเครื่องหมายที่แสดงเอกลักษณ์ของจังหวัดแพร่และสร้างความเชื่อมั่นให้กับตลาด ซึ่งจะต้องมีการออกแบบกลไกบริหารจัดการระบบตราสัญลักษณ์และการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งครอบคลุมการกำหนดคุณลักษณะที่สำคัญของไม้ที่จะช่วยสร้างจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ อาทิ อัตราความชื้น แหล่งกำเนิดถูกต้อง ความปลอดภัย เป็นต้น การประชาสัมพันธ์และการสร้างเรื่องราวให้กับผลิตภัณฑ์ไม้ที่สอดคล้องกับตราสัญลักษณ์ การตรวจสอบประเมินคุณภาพของผู้ประกอบการที่ขอใช้ตราสัญลักษณ์

สรุปแนวคิดโครงการ

การออกแบบกลไกบริหารจัดการระบบตราสัญลักษณ์และการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งครอบคลุมการกำหนดคุณลักษณะที่สำคัญของไม้ที่จะช่วยสร้างจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ อาทิ อัตราความชื้น แหล่งกำเนิดถูกต้อง ความปลอดภัย เป็นต้น การประชาสัมพันธ์และการสร้างเรื่องราวให้กับผลิตภัณฑ์ไม้ที่สอดคล้องกับตราสัญลักษณ์ การตรวจสอบประเมินคุณภาพของผู้ประกอบการที่ขอใช้ตราสัญลักษณ์

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1) การออกแบบกลไกบริหารจัดการระบบตราสัญลักษณ์และการประชาสัมพันธ์ที่มี
2) การประชาสัมพันธ์และการสร้างเรื่องราวให้กับผลิตภัณฑ์ไม้ที่สอดคล้องกับตราสัญลักษณ์
3) การตรวจสอบประเมินคุณภาพของผู้ประกอบการที่ขอใช้ตราสัญลักษณ์

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่ ร่วมกับ วิทยาลัยฯ และสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานแพร่

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่

ผลลัพธ์:

ผู้ประกอบการเกิดการพัฒนาตนเองเพื่อให้สามารถขอใช้ตราสัญลักษณ์ ซึ่งจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ไม้ในภาพรวม ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ที่มีตราสัญลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ไม้จังหวัดแพร่เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในคุณภาพ ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น และสามารถสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ไม้ได้มากขึ้น

ผลผลิต:

เกิดระบบบริหารจัดการตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ไม้จังหวัดแพร่

ตัวชี้วัดของโครงการ:

มีตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ไม้จังหวัดแพร่ที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับ จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับตราสัญลักษณ์ รายได้จากผลิตภัณฑ์ไม้

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
กำหนดตราสัญลักษณ์ไม้เมืองแพร่เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์/กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์/เพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์				สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่/สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน	
กำหนดคุณสมบัติพื้นฐานของผลิตภัณฑ์ไม้เมืองแพร่ที่สามารถขอใช้ตราสัญลักษณ์ เช่น ไม้ถูกต้อง ไม้อบแห้ง รูปแบบทันสมัย มาตรฐานความปลอดภัย (ระดับสารเคมี/สารพิษประเภทต่างๆ) ทั้งนี้ อาจกำหนด roadmap ของคุณสมบัติที่จะพัฒนาไปจนเทียบเท่าระดับสากลหรือเป็นผู้นำด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ไม้สัก ภายใน xxx ปี				สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่/สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน	
วางแผนออกแบบกลไกการให้การรับรองและควบคุมคุณภาพรวมถึงการเตรียมความพร้อมด้านเครื่องมือวิเคราะห์ทดสอบ				สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่/สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน	
การยกระดับความสามารถของผู้ประกอบการให้สามารถใช้ตราสัญลักษณ์ ตลอดจนได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ ที่สำคัญ				สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่/สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน	

ชื่อโครงการ: 6. การจัดตั้งศูนย์แสดงผลิตภัณฑ์ไม้เมืองแพร่ ซึ่งต้องมีการกำหนดรูปแบบบริหารจัดการที่ยั่งยืน

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

เฟอร์นิเจอร์เป็นผลิตภัณฑ์หลักอย่างหนึ่งที่ใช้วัตถุดิบจากไม้สักและไม้อื่นๆ ด้วยขนาดผลิตภัณฑ์ที่ค่อนข้างใหญ่ จึงยังมีข้อจำกัดในการเลือกซื้อ ซึ่งผู้บริโภคมักต้องการได้เห็นและได้สัมผัสตัวผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ อีกทั้งการขนส่งก็ยังเป็นข้อจำกัดอีกเช่นกัน การขนส่งผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์เพื่อไปเข้าร่วมงานแสดงสินค้าก็มีต้นทุนค่อนข้างสูง จึงเกิดแนวคิดในการจัดตั้งศูนย์แสดงผลิตภัณฑ์ไม้เมืองแพร่เป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจจะซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สามารถมาเยี่ยมชมและเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้และของที่ระลึกประจำจังหวัดได้โดยสะดวก และอาจทำหน้าที่เป็นศูนย์ประสานงานการขายเฟอร์นิเจอร์ไม้สำหรับผู้สนใจที่ได้รับข้อมูลจากงานแสดงสินค้าหรือช่องทางประชาสัมพันธ์ต่างๆ นอกจากนี้ ศูนย์ฯ ยังมีบทบาทในการประเมินคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่ได้คุณภาพมาตรฐานเข้ามาจัดแสดงอีกด้วย ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้ผู้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานตามที่กำหนด การจัดตั้งศูนย์ฯ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการวางแผนการบริหารจัดการเพื่อให้มีการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ซึ่งจะต้องมีการออกแบบโครงสร้างการบริหารจัดการที่เหมาะสม การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง การวางแผนกิจกรรม การวางแผนรายรับ/รายจ่าย เป็นต้น

สรุปแนวคิดโครงการ

การจัดตั้งศูนย์แสดงผลิตภัณฑ์ไม้เมืองแพร่เป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจจะซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สามารถมาเยี่ยมชมและเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้และของที่ระลึกประจำจังหวัดได้โดยสะดวก และทำหน้าที่เป็นศูนย์ประสานงานการขายเฟอร์นิเจอร์ไม้สำหรับผู้สนใจที่ได้รับข้อมูลจากงานแสดงสินค้าหรือช่องทางประชาสัมพันธ์ต่างๆ รวมทั้งมีบทบาทในการประเมินคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่ได้คุณภาพมาตรฐานเข้ามาจัดแสดงอีกด้วย

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1) จัดตั้งศูนย์แสดงผลิตภัณฑ์ไม้เมืองแพร่เป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์
2) ประเมินคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่ได้คุณภาพมาตรฐานเข้ามาจัดแสดงและประสานงานการขายเฟอร์นิเจอร์ไม้

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่ ร่วมกับ วิทยาลัยฯ และสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแพร่

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่

ผลลัพธ์:

ศูนย์แสดงผลิตภัณฑ์ไม้เมืองแพร่เป็นช่องทางอำนวยความสะดวกในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้และของที่ระลึกประจำจังหวัดแพร่ ช่วยให้นักท่องเที่ยว/ผู้สนใจสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้โดยสะดวกและ ผู้ประกอบการมีช่องทางการจำหน่ายและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์มากขึ้น ช่วยกระตุ้นให้ผู้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้คุณภาพและมาตรฐานตามที่กำหนด

ผลผลิต:

มีศูนย์แสดงผลิตภัณฑ์ไม้เมืองแพร่

ตัวชี้วัดของโครงการ:

รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านศูนย์ฯ

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
วางแผนการบริหารจัดการศูนย์แสดงผลิตภัณฑ์ไม้เมืองแพร่อย่างยั่งยืน (โครงสร้างการบริหารจัดการ การจัดการงบประมาณ (รายได้/รายจ่าย) กิจกรรมของศูนย์) 1) การเสาะหาทำเลที่ตั้ง 2) การก่อสร้าง/การปรับปรุงอาคารสถานที่ 3) การเปิดศูนย์แสดงผลิตภัณฑ์ไม้เมืองแพร่ 4) การติดตามประเมินผลการดำเนินงาน				วิทยาลัยฯ / สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแพร่/สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่	

ชื่อโครงการ: 7. การพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ไม้เมืองแพร่

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วยสร้างการรับรู้ในผลิตภัณฑ์และนำไปสู่การจำหน่ายผลิตภัณฑ์สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการ สื่อที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันคือสื่อโซเชียล ซึ่งการวางแผนประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพจะช่วยสร้างการรับรู้และสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักและช่วยเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์จากการสร้างเรื่องราวที่เหมาะสม และอาจพัฒนาไปสู่การเปิดช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ต่อไป ในอีกทางหนึ่ง งานแสดงสินค้าที่ได้รับความนิยมจะเป็นช่องทางในการนำเสนอสินค้าต่อกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ อีกทั้งผู้ประกอบการยังได้รับประโยชน์ในการศึกษาความต้องการของตลาดและแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อนำกลับมาใช้ในการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของตนเอง ตัวอย่างงานแสดงเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยที่ได้รับการยอมรับเช่น TIFF ซึ่งควรส่งเสริมให้มีการเข้าร่วมงานในนามจังหวัดแพร่ เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ของจังหวัดให้เป็นที่รู้จัก และผู้ประกอบการได้มีโอกาสเปิดโลกทัศน์ ทั้งนี้ การสนับสนุนผู้ประกอบการควรจะต้องมีกลไกที่ทำให้ผู้ได้รับการสนับสนุนได้ตระหนักถึงต้นทุนที่แท้จริงของการเข้าร่วมงานด้วย

สรุปแนวคิดโครงการ

การประชาสัมพันธ์และสร้างสรรค์สื่อโซเชียลเพื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัดแพร่รวมทั้งจัดกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม้

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1) การสร้างสรรค์สื่อโซเชียลเพื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัดแพร่
2) จัดกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม้

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สนง.พาณิชย์จังหวัดแพร่ร่วมกับสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดแพร่และสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่

ผลลัพธ์:

กลุ่มเป้าหมายรับทราบข้อมูลและเข้าถึงช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการรับทราบความต้องการและแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและทันสมัยมากขึ้น และเพิ่มยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น

ผลผลิต:

1) ช่องทางการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ไม้
2) จำนวนรายการที่แสดงความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ไม้

ตัวชี้วัดของโครงการ:

จำนวนรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม้

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
การสร้างสรรค์สื่อโซเชียลเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัดแพร่				สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่ / สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดแพร่	
การส่งเสริมผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน TIFF				สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่	

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- จังหวัดแพร่มีความพร้อมในด้านสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ ด้านศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุและภูมิปัญญาที่มีความหลากหลาย จังหวัดได้กำหนดให้อำเภอเมืองแพร่และอำเภอสอง เน้นทางด้านการท่องเที่ยวและทำเป็น Route การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สามารถเล่าถึงความเป็นมาของเมืองแพร่
- มีโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับสินค้าและบริการ สินค้า OTOP รวมทั้งเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดในกลุ่มล้านนาและประเทศเพื่อนบ้าน

สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดแพร่ มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม เช่น วัดพระธาตุช่อแฮ วัดพระธาตุสุโทนมงคลคีรี บ้านโบราณต่างๆ ในเขตอำเภอเมืองแพร่ วนอุทยานแห่งชาติแพะเมืองผี อุทยานแห่งชาติดอยผากลอง อุทยานแห่งชาติเวียงโกศัย อุทยานแห่งชาติแม่ยม เป็นต้น

สถิติผู้เยี่ยมเยือนจังหวัดแพร่ ปี 2557 มีจำนวน 698,188 คน แยกเป็นชาวไทย 649,078 คนและชาวต่างประเทศ 49,110 คน โดยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 1,210 ล้านบาท และประมาณการผู้เยี่ยมเยือนปี 2558 มีจำนวน 750,144 คน แยกเป็นชาวไทย 688,402 คนและชาวต่างประเทศ 61,742 คน โดยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 1,391 ล้านบาท

ตารางที่ 3.8-29: จำนวนผู้เยี่ยมเยือนของจังหวัดแพร่ ปี 2552 – 2558

รายการ	จำนวนผู้เยี่ยมเยือน ของจังหวัดแพร่ พ.ศ. 2552 – 2558 (หน่วย:คน)						
	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558p
	(2009)	(2010)	(2011)	(2012)	(2013)	(2014)	(2015)
ทั่วราชอาณาจักร							
ผู้เยี่ยมเยือน	**124,869,207**	**156,437,103**	**174,118,377**	**198,987,506**	**217,112,440**	**227,654,055**	**249,072,982**
ชาวไทย	97,998,957	122,522,114	133,177,728	150,509,362	161,724,688	170,248,107	185,110,333
ชาวต่างประเทศ	26,870,250	33,914,989	40,940,649	48,478,144	55,387,752	57,405,948	63,962,649
แพร่							
ผู้เยี่ยมเยือน	**423,465**	**523,747**	**488,009**	**640,494**	**668,522**	**698,188**	**750,144**
ชาวไทย	376,405	496,968	471,785	587,583	619,612	649,078	688,402
ชาวต่างประเทศ	47,060	26,779	16,224	52,911	48,910	49,110	61,742

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ตารางที่ 3.8-30: รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ ปี 2552 – 2558

รายการ	รายได้จากการท่องเที่ยว ของจังหวัดแพร่ พ.ศ. 2552 – 2558 (หน่วย:ล้านบาท)						
	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558p
	(2009)	(2010)	(2011)	(2012)	(2013)	(2014)	(2015)
ทั่วราชอาณาจักร							
ผู้เยี่ยมเยือน	**716,105**	**904,376**	**1,109,348**	**1,349,793**	**1,531,092**	**1,605,701**	**1,861,873**
ชาวไทย	264,781	402,574	483,225	588,865	660,715	703,664	803,785
ชาวต่างประเทศ	451,324	501,802	626,124	760,928	870,378	902,038	1,058,088
แพร่							
ผู้เยี่ยมเยือน	**581**	**813**	**754**	**1,028**	**1,127**	**1,210**	**1,391**
ชาวไทย	516	753	724	932	1,027	1,105	1,238
ชาวต่างประเทศ	65	60	29	96	100	105	153

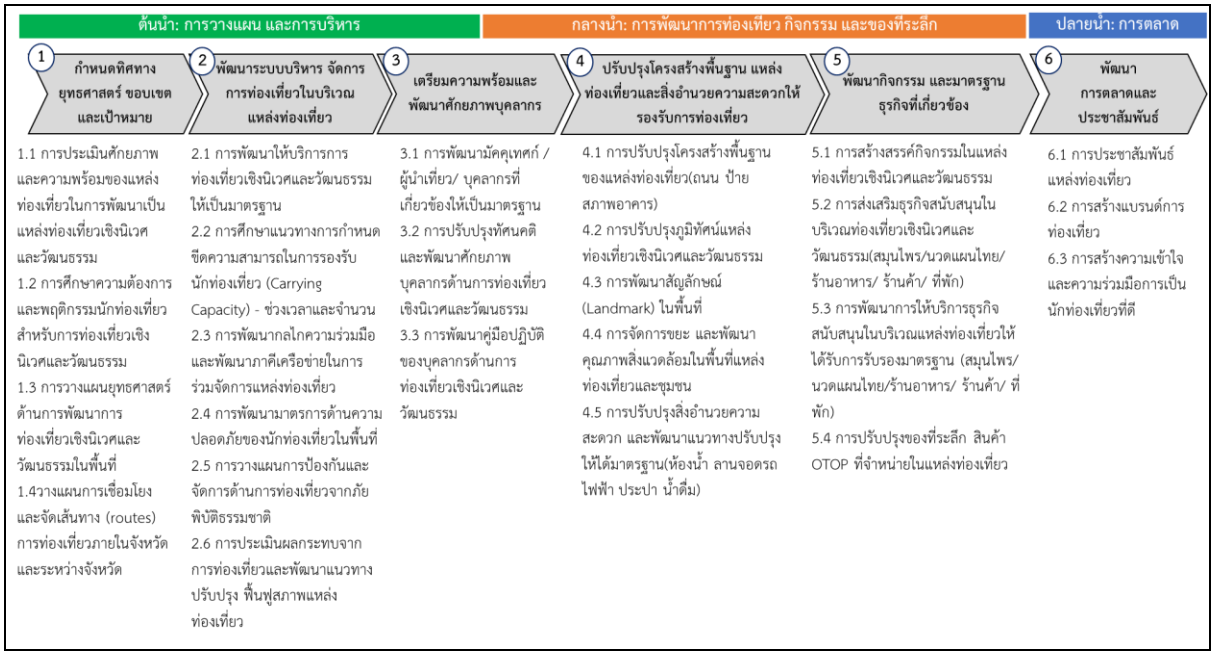
ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะ เดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ(Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.8-12: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมของจังหวัดแพร่



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.8-31: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[17]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
3.1	การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแพร่	พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว อบรมภาษาอังกฤษ ยุวมัคคุเทศก์ พัฒนาหมู่บ้านเพื่อการท่องเที่ยว
4.2	การพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดแพร่	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแพร่	ปรับปรุงสายทางท่องเที่ยว อาคารสถานที่ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ ปรับภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยว
5.1	การส่งเสรมและสืบสานประเพณี ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดแพร่	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแพร่	ส่งเสริมประเพณีต่างๆ เช่น ดอกลมแล้งบาน สงกรานต์เมืองแป้ นุ่งหม้อห้อมแต๊งามต๋า, จัดงานประเพณีแข่งเรือยาวลอยกระทง
5.1	การส่งเสริมการท่องเทียวเชิงเกษตร	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแพร่	Street food เมนูเด็ดจังหวัดแพร่ (เกษตรปลอดสาร อาหารปลอดภัย สุขนี้ที่แพร่) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

[17] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

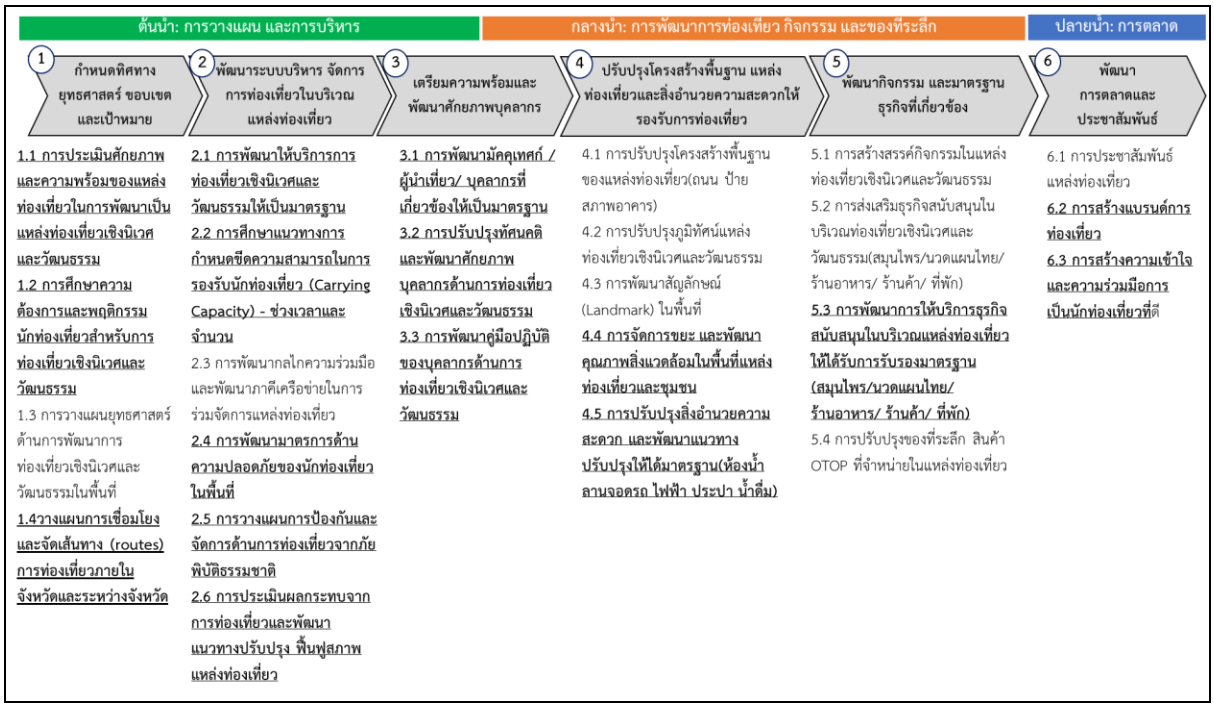
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
5.1	การส่งเสรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแพร่	กิจกรรมเดินวิ่ง มินิมาราธอน ปั่นจักรยาน
5.4	สร้างมาตรฐานโอทอปล้านนาสู่สากล	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่	พัฒนามาตรฐานสินค้าและบริการ
6.1	การส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดแพร่	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแพร่	กิจกรรมโรดโชว์ การจัดทำหนังสือประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.8-32: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขตและเป้าหมาย	1.3 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมในพื้นที่
2.พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	2.3 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว
4.ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	4.1 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว (ถนน ป้าย สภาพอาคาร) 4.2 การปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม 4.3 การพัฒนาสัญลักษณ์ (Landmark) ในพื้นที่
5. พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	5.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม 5.2 การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม (สมุนไพร/นวดแผนไทย/ร้านอาหาร/ ร้านค้า/ ที่พัก) 5.4 การปรับปรุงของที่ระลึก สินค้าOTOP ที่จำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยว
6. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	6.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

แผนภาพที่ 3.8-13: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม ของจังหวัดแพร่



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดแพร่

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.8-33: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[18]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.3 และบูรณาการทุก CSFs ที่เป็น gap 2.3 และ 4.1 และ 4.2 4.3 และ 5.1และ 5.2และ 5.4 และ 6.1	1) การวางแผนยุทธศาสตร์ท่องเที่ยว	จัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดอย่างเป็นระบบ โดยให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้มาช่วยกันวางแผน โดยยุทธศาสตร์ภาพรวมประกอบด้วย 1) การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ของที่ 2) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ให้มีความสะดวกตามความเหมาะสม และมีความปลอดภัย 3) พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ 4) การประชาสัมพันธ์ การวางแผนยุทธศาสตร์จะเป็นโรดแมพ ระยะยาว 5-10 ปี โดยมีการจัดลำดับความสำคัญและกำหนดเงื่อนเวลาของกิจกรรมต่างๆ อย่างชัดเจน	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแพร่

[18] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: 1. การวางแผนยุทธศาสตร์ท่องเที่ยว
ที่มา / หลักการและเหตุผล: จังหวัดแพร่ยังไม่มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดอย่างเป็นระบบ จึงควรเร่งจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว โดยให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้มาช่วยกันวางแผน และคำนึงถึงศักยภาพของจังหวัดในภาพรวมและศักยภาพที่แตกต่างกันของทั้ง 8 อำเภอ เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นของทุกคนและแผนยุทธศาสตร์จะต้องเป็นเครื่องมือในการบูรณาการการทำงานของทุกภาคส่วนให้มีความสอดคล้องประสานเชื่อมโยงไปในทิศทางเดียวกัน ลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน และมุ่งสู่เป้าหมายที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ให้สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ลดการพึ่งพางบประมาณภาครัฐ ยุทธศาสตร์ภาพรวมประกอบด้วย 1) การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยชูเรื่องราวหรือเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของแต่ละพื้นที่ เช่น อ. สองเน้นตำนานพระเพื่อนพระแพง อ.แก่งเสือเต้นเน้นการทำสุราชุมชน 2) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ให้มีความสะดวกตามความเหมาะสม และมีความปลอดภัย 3) พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ 4) การประชาสัมพันธ์ โดยมีการวางแผนยุทธศาสตร์ระยะยาว 5-10 ปี โดยมีการจัดลำดับความสำคัญและกำหนดเงื่อนเวลาของกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้มีการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพก่อให้เกิดผลในช่วงเวลาต่างๆ อย่างเป็นรูปธรรม
สรุปแนวคิดโครงการ จัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว โดยให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้มาช่วยกันวางแผน และคำนึงถึงศักยภาพของจังหวัดในภาพรวมและศักยภาพที่แตกต่างกันของทั้ง 8 อำเภอ
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. การกำหนดจุดเน้นด้านการท่องเที่ยวของแพร่ ซึ่งสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย 2. การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 3. การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก 4. การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว 5. การกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว 6. การจัดทำแผนปฏิบัติการ 5 ปี
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นการดำเนินการร่วมกันของสนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแพร่/ สนง.วัฒนธรรมจังหวัดแพร่/ สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่/ททท.สนง.แพร่(น่าน)/สนง.ประชาสัมพันธ์จังหวัดแพร่/ทางหลวงชนบท/สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดแพร่/อบต./สถาบันการศึกษา/และสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวละกีฬาจังหวัดแพร่
ผลลัพธ์: หน่วยงานต่างๆ มีการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวโดยมีความร่วมมือเชื่อมโยงบูรณาการกัน มีการทำงานสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายเดียวกัน
ผลผลิต: แผนแม่บทและแผนปฏิบัติการ 5 ปี ซึ่งมีการจัดลำดับความสำคัญและเงื่อนเวลาในการจัดทำกิจกรรมต่างๆ ฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและของที่ระลึกจังหวัดแพร่
ตัวชี้วัดของโครงการ: ร้อยละความสำเร็จตามแผนปฏิบัติการ

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
*1. **การกำหนดจุดเน้นด้านการท่องเที่ยวของแพร่*** ซึ่งสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย (เช่น ผู้หญิง คนปีขาล ชาวต่างชาติ) โดยให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นของคนแพร่ทุกคน				สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแพร่	
2 .***การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก*** โดยมีการจัดลำดับความสำคัญและเงื่อนเวลาของกิจกรรมต่างๆ ดังนี้ - การสำรวจและประเมินศักยภาพเส้นทางท่องเที่ยวต่างๆ อาทิ เส้นทางแพร่แพรพรรณผ้า เส้นทางไหว้พระธาตุพันปีเสริมบารมีชีวิต เส้นทางเที่ยวลองต้องลอง (รอปรับชื่อ) เส้นทางขี่สองล้อท่องเมืองเก่า -การปรับภูมิทัศน์และบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อาทิ โบราณสถาน โบราณวัตถุ อุทยานแห่งชาติ และการพัฒนาร้านค้าชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว โดยมีการบริหารจัดการควบคุม mood and tone ในการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ไม่เกิดความแปลกแยกจนเป็นทัศนอุจาด - การสร้างสรรค์กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น งานประเพณีสงกรานต์เมืองแพร่ การจัดงานแสดงดนตรีรำลึกความสัมพันธ์ไทย-เยอรมัน ณ สถานีรถไฟบ้านปิน				สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแพร่/ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดแพร่/ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่/ ททท.สนง.น่าน	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
(เจาะกลุ่มชาวเยอรมนี) กิจกรรมธรรมะบำบัด กิจกรรมเพื่อสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การเยี่ยมเยือนโรงเรียนไม้สัก การพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน - การพัฒนาของที่ระลึก/ของฝากเมืองแพร่ โดยจัดให้มีการวิจัยและพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานและสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ เช่น การพัฒนาผ้าหม้อฮ้อมให้มีรูปแบบหลากหลาย การสร้างเรื่องราวตำนานไก่พระลอและไม้สัก การชูเอกลักษณ์อาหารแพร่และความสะอาดปลอดภัยของอาหาร เช่น ลาบเมืองแพร่เนื้อโคแบล๊คโกศัย หมูน้ำโจ้ แกงแค ขนมจีนน้ำใส ผลไม้จังหวัดแพร่ ยาหมอศรี โตกแพร่ (ออกแบบเมนูในโตกให้มีเอกลักษณ์ของอำเภอต่างๆ) การพัฒนาอาหารแพร่เป็นของฝากที่นักท่องเที่ยวสามารถซื้อกลับไปบ้านได้					
3. ***การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก*** ให้มีความสะดวกตามความเหมาะสม และมีความปลอดภัย โดยมีการจัดลำดับความสำคัญและเงื่อนเวลาของกิจกรรมต่างๆ ดังนี้ - การบริหารจัดการเส้นทางคมนาคมสู่แหล่งท่องเที่ยว อาทิ ปรับปรุงสาย				ทางหลวงชนบท/สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดแพร่/อบต.	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
ทางสู่แหล่งท่องเที่ยว การจัดเส้นทางเดินรถเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว - การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น อาหาร ที่พัก ลานจอดรถ ห้องสุขา - การจัดการผังเมือง - การพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัย อาทิ การปรับเส้นทางสัญจรเพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุ การติดตั้งกล้องวงจรปิด และการตรวจตราความปลอดภัยเพื่อลดอัตราการเกิดอาชญากรรม - การวางแผนรองรับรถไฟรางคู่และการขยายสนามบินเพื่อให้จังหวัดแพร่เป็น land hub เพื่อรองรับปริมาณคนจำนวนมากที่จะเดินทางเข้ามายังจังหวัดแพร่และ mass transit					
4. ***การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว*** โดยมีการจัดลำดับความสำคัญและเงื่อนเวลาของกิจกรรมต่างๆ ดังนี้ - การพัฒนามาตรฐานการให้บริการท่องเที่ยวสู่ระดับสากล -การพัฒนามัคคุเทศก์ด้านภาษาอังกฤษ - การพัฒนาชุมชนในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อสร้างความเข้มแข็งภายในให้คนแพร่เที่ยวแพร่ รู้จักแพร่ และพัฒนาให้ชาวแพร่ทุกคนเป็น ambassador ด้านการท่องเที่ยวแพร่ ชักชวนเพื่อนจากที่อื่นเข้ามาเที่ยว (“ชวนเพื่อนเที่ยวแพร่”)				สถาบันการศึกษา/สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแพร่/สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
- การพัฒนาระบบการส่งต่อนักท่องเที่ยวระหว่างผู้ประกอบการ การรวมกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้มแข็ง และมีการกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ชัดเจนร่วมกัน					
5. ***การกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว*** โดยมีการจัดลำดับความสำคัญและเงื่อนเวลาของกิจกรรมต่างๆ ดังนี้ - การจัดประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่หลากหลายอย่างต่อเนื่อง เช่น) social media, blocker, brand ambassador, ละคร/ภาพยนตร์/สารคดีท่องเที่ยว/โฆษณาทั้งทางตรงและทางอ้อม การสร้าง ,talk of the town การจัด event เพื่อนำเสนอตลาดเชิงรุก roadshow - การสร้างเรื่องราวที่เป็นจุดเด่นของจังหวัดแพร่ เช่น ตำนานความรักของพระลอ - การเชิญชวนเซเลปเข้ามาตั้งถิ่นฐานหรือทำกิจกรรมในจังหวัดแพร่ ซึ่งจะมีการจัดกรรมหรือเป็นแม่เหล็กดึงดูดให้คนเดินทางเข้ามาจังหวัดแพร่				สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแพร่/สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดแพร่/สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่/ททท.สนง.น่าน/สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดแพร่	
6. การจัดทำแผนปฏิบัติการ 5 ปี โดยมีการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาในแต่ละปีให้ชัดเจน และจัดทำการวิเคราะห์ความเสี่ยงและการกำหนดมาตรการรองรับเพิ่มเติม (เช่น การประเมินปริมาณนักท่องเที่ยวที่สามารถรองรับได้ การจำกัดนักท่องเที่ยวในบางจุดเพื่อเหตุผลด้านการอนุรักษ์)				สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแพร่	

3.2.8 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดน่าน

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดน่าน

จังหวัดน่าน ได้มีการกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ทรัพยากรธรรมชาติ ป่าไม้	- ปัญหาสำคัญของความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของจังหวัดน่านมีแนวโน้มสูงขึ้น คือ การบุกรุกพื้นที่ป่า เนื่องจากถูกบุกรุกถูกทำลายไปเรื่อยๆ จนถูกเรียกว่า“เขาหัวโล้น” - มีโอกาสในการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือในภาคประชาสังคมในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในลักษณะประชารัฐ มุ่งเน้นให้เกิดการสร้างและพัฒนาเครือข่ายเพื่อเร่งรัดการรักษาป่าไม้ ตลอดจนการกำหนดเขตการใช้ประโยชน์ที่ดินให้ชัดเจนและมีระบบการควบคุมที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม	- จังหวัดน่านมีศิลปวัฒนธรรมและธรรมชาติที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมเที่ยวชมโบราณสถานและโบราณวัตถุ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ - จังหวัดน่านมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายทั้งทางโบราณสถาน ประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติซึ่งสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของจังหวัด - มีโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับสินค้าและบริการ สินค้า OTOP รวมทั้งเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดในกลุ่มล้านนาและประเทศเพื่อนบ้าน

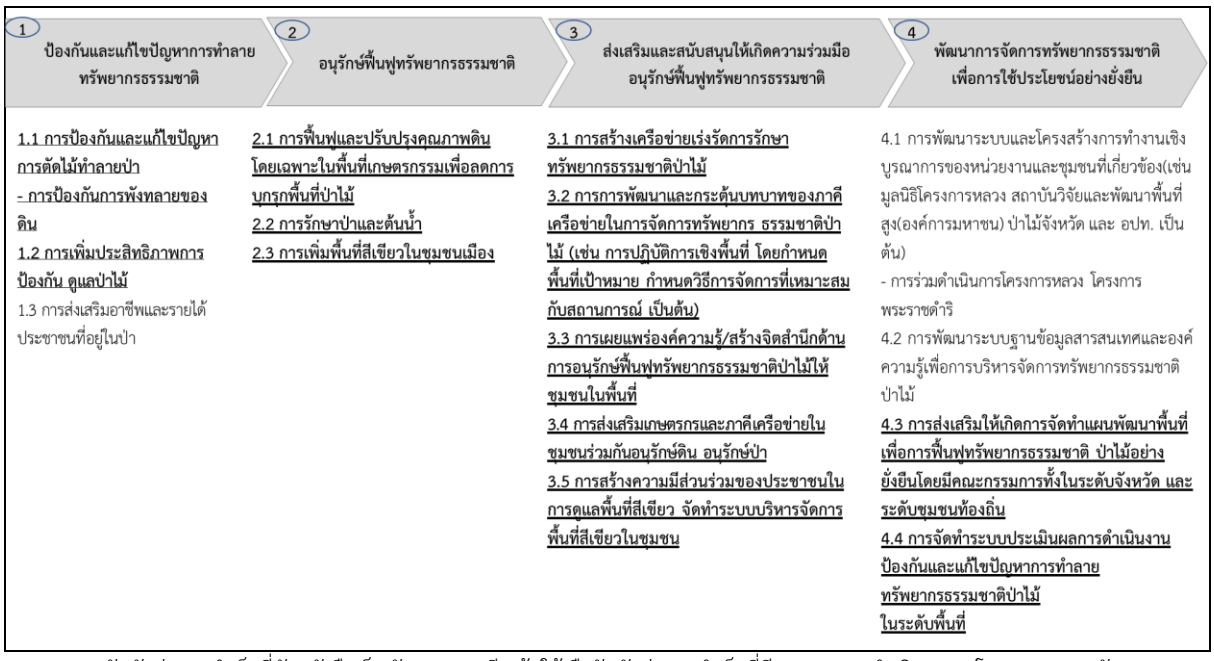
หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ทรัพยากรธรรมชาติ ป่าไม้</u>

ภายใต้ประเด็นทรัพยากรธรรมชาติ ป่าไม้ จังหวัดได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 4 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) ป้องกันและแก้ไขปัญหาการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ 2) อนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ 3) ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดความร่วมมืออนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ และ 4)

พัฒนาการจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion)ทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้ ของจังหวัดน่าน



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. ป้องกันและแก้ไขปัญหาการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ	1.3 การส่งเสริมอาชีพและรายได้ประชาชนที่อยู่ในป่า
4. พัฒนาการจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน	4.1 การพัฒนาระบบและโครงสร้างการทำงานเชิงบูรณาการของหน่วยงานและชุมชนที่เกี่ยวข้อง (เช่น มูลนิธิโครงการหลวง สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง(องค์การมหาชน) ป่าไม้จังหวัด และ อปท. เป็นต้น) - การร่วมดำเนินการโครงการหลวง โครงการพระราชดำริ 4.2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและองค์ความรู้เพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

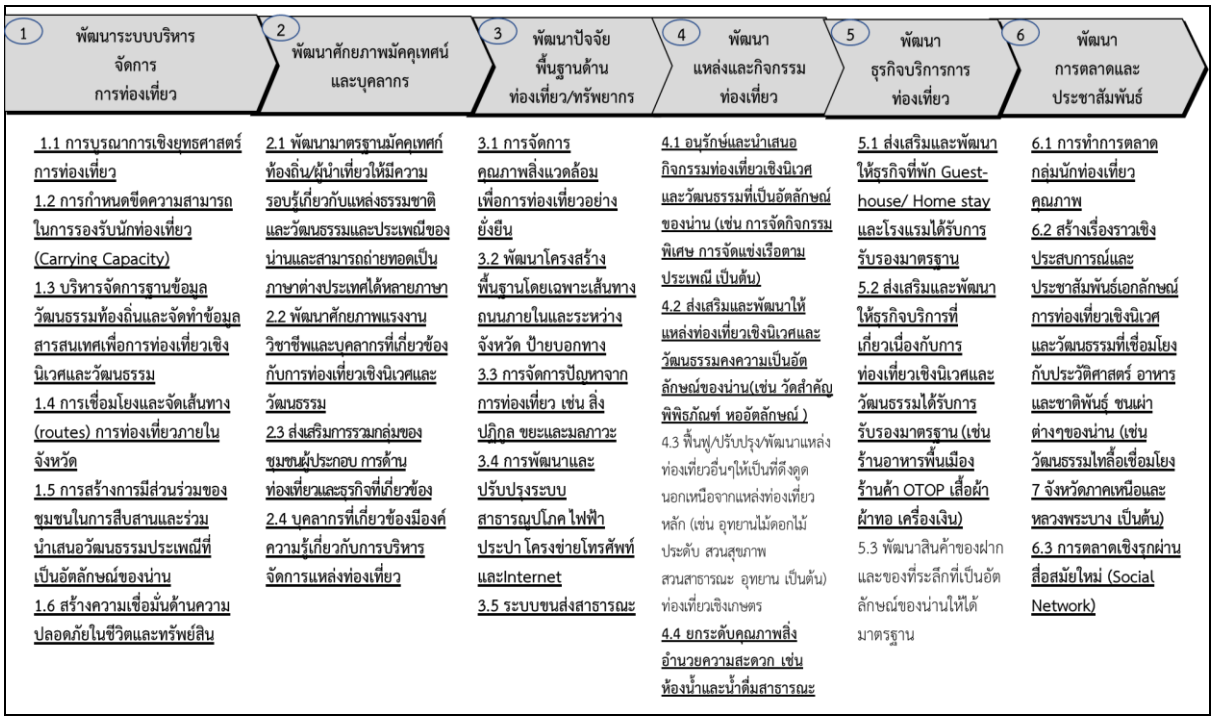
ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[19]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ/กลไกการทำงาน
1.3	1. ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตรในพื้นที่จัดที่ดินทำกินภายใต้คณะอนุกรรมการนโยบายที่ดินแห่งชาติ	1) ปรับเปลี่ยนอาชีพจากการปลูกพืชเชิงเดี่ยว 2) ลดปัญหาการบุกรุกทำลายป่าฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ 3) ส่งเสริมเกษตรกรปลูกพืช เลี้ยงสัตว์และประมง 4) สร้างอาชีพ เพิ่มรายได้ สนับสนุนให้เกษตรกรใช้ประโยชน์ที่ดินคทช.ให้เกิดประโยชน์สูงสุด 5) จัดหาแหล่งน้ำเพื่อสนับสนุนการเกษตร	หน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในพื้นที่ จังหวัดน่าน
4.1	2. โครงการบูรณาการการปฏิบัติงานในพื้นที่โครงการพระราชดำริ	1) เพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานในพื้นที่โครงการพระราชดำริ 2) ลดปัญหาการปฏิบัติงานที่ซ้ำซ้อน	สำนักงานจังหวัดน่าน คณะกรรมการในพื้นที่โครงการต่างๆ
4.2	3. ฐานข้อมูลเพื่อการจัดการทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้น่าน เพื่อต้นน้ำของประเทศไทย	เป็นข้อมูลพื้นฐานและสามารถสอดรับการพัฒนาหรือการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้ - เป็นข้อมูลในการพัฒนาศักยภาพของผลผลิตในพื้นที่ - เป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	สำนักงานจังหวัดน่าน

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม</u>

ภายใต้ประเด็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) พัฒนาระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยว 2) พัฒนาศักยภาพมัคคุเทศน์และบุคลากร 3) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านท่องเที่ยว / ทรัพยากร 4) พัฒนาแหล่ง และกิจกรรมท่องเที่ยว 5) พัฒนาธุรกิจบริการการท่องเที่ยว และ 6) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

[19] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม ของจังหวัดน่าน



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
4. พัฒนาแหล่งและกิจกรรมท่องเที่ยว	4.3 ฟื้นฟู/ปรับปรุง/พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆให้เป็นที่ดึงดูดนอกเหนือจากแหล่งท่องเที่ยวหลัก (เช่น อุทยานไม้ดอกไม้ประดับ สวนสุขภาพ สวนสาธารณะ อุทยาน เป็นต้น) ท่องเที่ยวเชิงเกษตร
5. พัฒนาธุรกิจบริการการท่องเที่ยว	5.3 พัฒนาสินค้าของฝากและของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของน่านให้ได้มาตรฐาน

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[20]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ/กลไกการทำงาน
4.3	1. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นทีเกษตรแปลงใหญ่	1) ตอบสนองนโยบายเกษตรแบบแปลงใหญ่ 2) พัฒนาระบบเกษตรแบบแปลงใหญ่ให้มีรายได้เพิ่มจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	หน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในพื้นที่จังหวัดน่าน
5.3	2. พัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์น่านให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน	จังหวัดน่านมีผลิตภัณฑ์ของฝาก ของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์จังหวัดน่าน และผลิตภัณฑ์มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน สามารถเสริมรายได้ให้กับประชาชนเพิ่มขึ้น เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดน่าน

[20] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดน่าน

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด โดยในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน มีสรุปรายละเอียดดังนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ทรัพยากรธรรมชาติ ป่าไม้

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- ปัญหาสำคัญของความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของจังหวัดน่านมีแนวโน้มสูงขึ้น คือ การบุกรุกพื้นที่ป่า เนื่องจากถูกบุกรุกถูกทำลายไปเรื่อยๆ จนถูกเรียกว่า“เขาหัวโล้น”
- มีโอกาสในการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือในภาคประชาสังคมในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในลักษณะประชารัฐ มุ่งเน้นให้เกิดการสร้างและพัฒนาเครือข่ายเพื่อเร่งรัดการรักษาป่าไม้ ตลอดจนการกำหนดเขตการใช้ประโยชน์ที่ดินให้ชัดเจนและมีระบบการควบคุมที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่

ปัญหาสำคัญของความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของจังหวัดน่านมีแนวโน้มสูงขึ้น คือ การบุกรุกพื้นที่ป่า เนื่องจากถูกบุกรุกถูกทำลายไปเรื่อยๆ จนถูกเรียกว่า“เขาหัวโล้น”พื้นที่ของจังหวัดน่านส่วนใหญ่เป็นป่าและภูเขาสลับซับซ้อน

จากข้อมูลของกรมป่าไม้พบว่าใน ปี พ.ศ. 2519 จังหวัดน่านมีพื้นที่ป่าสมบูรณ์ที่อยู่ทั้งในและนอกเขตป่าสงวนแห่งชาติทั้งหมด 5,280,625 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 73.65 ของพื้นที่ทั้งจังหวัด ปีพ.ศ. 2525 จังหวัดน่านมีพื้นที่ป่า 3,509,375 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 48.95 ของพื้นที่ทั้งจังหวัด ในปีพ.ศ. 2532 พื้นที่ป่าลดลงเหลือ 3,193,125 ไร่ หรือร้อยละ 44.53 พื้นที่ถูกบุกรุกถูกทำลายไปเรื่อยๆ จนปี พ.ศ. 2541 พื้นที่ป่าลดลงเหลือประมาณ 2,995,000 ไร่ หรือร้อยละ 41.77 ของพื้นที่ทั้งหมด นอกจากนี้ ได้มีการนำเทคโนโลยีระบบสารสนเทศ (GIS) มาใช้ในการสำรวจพื้นที่ป่าไม้ในจังหวัดน่าน

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 เป็นต้นมา พบว่า ในปี พ.ศ.2551 จังหวัดน่าน มีพื้นที่ป่าไม้ 5,103,550 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 71.18 โดยมีการจัดตั้ง อุทยานแห่งชาติขึ้น 7 แห่ง ได้แก่ อุทยานแห่งชาติถ้ำสะเกิน อุทยานแห่งชาติแม่จริม อุทยานแห่งชาติ ดอยภูคา อุทยานแห่งชาตินันทบุรี อุทยานแห่งชาติขุนสถาน อุทยานแห่งชาติขุนน่าน อุทยานแห่งชาติ ศรีน่าน และจัดตั้งวนอุทยานถ้ำผาตูบในปี 2556 โดยจังหวัดน่านมีพื้นที่ป่าไม้รวมทั้งสิ้น 4,892,272.80 ไร่

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.8-14: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion): ทรัพยากรธรรมชาติ ป่าไม้ ของจังหวัดน่าน

1 ป้องกันและแก้ไขปัญหาการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ	2 อนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ	3 ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดความร่วมมืออนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ	4 พัฒนาการจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน
1.1 การป้องกันและแก้ไขปัญหาการตัดไม้ทำลายป่า - การป้องกันการพังทลายของดิน 1.2 การเพิ่มประสิทธิภาพการป้องกัน ดูแลป่าไม้ 1.3 การส่งเสริมอาชีพและรายได้ประชาชนที่อยู่ในป่า	2.1 การฟื้นฟูและปรับปรุงคุณภาพดินโดยเฉพาะในพื้นที่เกษตรกรรมเพื่อลดการบุกรุกพื้นที่ป่าไม้ 2.2 การรักษาป่าและต้นน้ำ 2.3 การเพิ่มพื้นที่สีเขียวในชุมชนเมือง	3.1 การสร้างเครือข่ายเร่งรัดการรักษาทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้ 3.2 การการพัฒนาและกระตุ้นบทบาทของภาคีเครือข่ายในการจัดการทรัพยากร ธรรมชาติป่าไม้ (เช่น การปฏิบัติการเชิงพื้นที่ โดยกำหนดพื้นที่เป้าหมาย กำหนดวิธีการจัดการที่เหมาะสมกับสถานการณ์ เป็นต้น) 3.3 การเผยแพร่องค์ความรู้/สร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้ให้ชุมชนในพื้นที่ 3.4 การส่งเสริมเกษตรกรและภาคีเครือข่ายในชุมชนร่วมกันอนุรักษ์ดิน อนุรักษ์ป่า 3.5 การสร้างความมีส่วนร่วมของประชาชนในการดูแลพื้นที่สีเขียว จัดทำระบบบริหารจัดการพื้นที่สีเขียวในชุมชน	4.1 การพัฒนาระบบและโครงสร้างการทำงานเชิงบูรณาการของหน่วยงานและชุมชนที่เกี่ยวข้อง(เช่น มูลนิธิโครงการหลวง สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง(องค์การมหาชน) ป่าไม้จังหวัด และ อปท. เป็นต้น) - การร่วมดำเนินการโครงการหลวง โครงการพระราชดำริ 4.2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและองค์ความรู้เพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้ 4.3 การส่งเสริมให้เกิดการจัดทำแผนพัฒนาพื้นที่เพื่อการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ ป่าไม้อย่างยั่งยืนโดยมีคณะกรรมการทั้งในระดับจังหวัด และระดับชุมชนท้องถิ่น 4.4 การจัดทำระบบประเมินผลการดำเนินงานป้องกันและแก้ไขปัญหาการทำลายทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้ในระดับพื้นที่

3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.8-34: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[21]

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ แนว / ทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.2 และ1.2 และ 2.2 และ 3.1 และ 3.2 และ 3.3 และ 3.4 และ3.5 และ 4.3 และ 4.4	โครงการรักษ์ป่าน่าน โครงการป้องกันรักษาป่าเพื่อฟื้นฟูระบบนิเวศ โครงการเพิ่มพื้นที่ป่าสีเขียวในพื้นที่ป่าต้นน้ำและพื้นที่ป่าอนุรักษ์ ปี 2561	กรมป่าไม้/ กรมอุทยานฯ/ สำนักงานเกษตรจังหวัดน่าน	1) เพื่อฟื้นฟูสภาพป่าที่เสื่อมโทรม ให้เป็นบริเวณต้นน้ำลำธารกักเก็บน้ำไว้ใช้ประโยชน์ 2) เพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้เดิมเอาไว้ให้ได้ ในเวลาเดียวกันก็ปลูกเสริมขึ้น เพื่อให้มีป่าไม้ช่วยในการควบคุม ความปรวนแปรของดินฟ้าอากาศ และภัยแล้ง 3) เพื่อเสริมสร้างและปลูกฝังให้ราษฎรเกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรป่าไม้ให้มากยิ่งขึ้น 4) เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นมีไม้ไว้ใช้สอย และเพิ่มพูนรายได้ 5) เพื่อช่วยเหลือราษฎรที่ยากจนขาดแคลนที่ดินทำกินและบุกรุกกระจัดกระจายในเขตป่าสงวนแห่งชาติ ให้มีที่อยู่ เป็นหลักแหล่งมีอาชีพแน่นอนเพื่อจะได้มีรายได้เลี้ยงครอบครัวต่อไป
1.2 และ3.2	ศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร	สำนักงานเกษตรจังหวัดน่าน	1) เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการเกษตร 2) เกษตรกรเป็น Smart Farmer ต้นแบบ 3) แหล่งเรียนรู้เรื่องลดต้นทุนการผลิต

[21] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.8-35: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. ป้องกันและแก้ไขปัญหาการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ	1.3 การส่งเสริมอาชีพและรายได้ประชาชนที่อยู่ในป่า
4. พัฒนาการจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน	4.1 การพัฒนาระบบและโครงสร้างการทำงานเชิงบูรณาการของหน่วยงานและชุมชนที่เกี่ยวข้อง(เช่น มูลนิธิโครงการหลวง สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง(องค์การมหาชน) ป่าไม้จังหวัด และ อปท. เป็นต้น) - การร่วมดำเนินการโครงการหลวง โครงการพระราชดำริ 4.2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและองค์ความรู้เพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้

ตารางที่ 3.8-36: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion)ทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้ ของจังหวัดน่าน

1 ป้องกันและแก้ไขปัญหาการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ	2 อนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ	3 ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดความร่วมมืออนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ	4 พัฒนาการจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน
1.1 การป้องกันและแก้ไขปัญหาการตัดไม้ทำลายป่า - การป้องกันการพังทลายของดิน 1.2 การเพิ่มประสิทธิภาพการป้องกัน ดูแลป่าไม้ 1.3 การส่งเสริมอาชีพและรายได้ประชาชนที่อยู่ในป่า	2.1 การฟื้นฟูและปรับปรุงคุณภาพดินโดยเฉพาะในพื้นที่เกษตรกรรมเพื่อลดการบุกรุกพื้นที่ป่าไม้ 2.2 การรักษาป่าและต้นน้ำ 2.3 การเพิ่มพื้นที่สีเขียวในชุมชนเมือง	3.1 การสร้างเครือข่ายเร่งรัดการรักษาทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้ 3.2 การการพัฒนาและกระตุ้นบทบาทของภาคีเครือข่ายในการจัดการทรัพยากร ธรรมชาติป่าไม้ (เช่น การปฏิบัติการเชิงพื้นที่ โดยกำหนดพื้นที่เป้าหมาย กำหนดวิธีการจัดการที่เหมาะสมกับสถานการณ์ เป็นต้น) 3.3 การเผยแพร่องค์ความรู้/สร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้ให้ชุมชนในพื้นที่ 3.4 การส่งเสริมเกษตรกรและภาคีเครือข่ายในชุมชนร่วมกันอนุรักษ์ดิน อนุรักษ์ป่า 3.5 การสร้างความมีส่วนร่วมของประชาชนในการดูแลพื้นที่สีเขียว จัดทำระบบบริหารจัดการพื้นที่สีเขียวในชุมชน	4.1 การพัฒนาระบบและโครงสร้างการทำงานเชิงบูรณาการของหน่วยงานและชุมชนที่เกี่ยวข้อง(เช่น มูลนิธิโครงการหลวง สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง(องค์การมหาชน) ป่าไม้จังหวัด และ อปท. เป็นต้น) - การร่วมดำเนินการโครงการหลวง โครงการพระราชดำริ 4.2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและองค์ความรู้เพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้ 4.3 การส่งเสริมให้เกิดการจัดทำแผนพัฒนาพื้นที่เพื่อการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ ป่าไม้อย่างยั่งยืนโดยมีคณะกรรมการทั้งในระดับจังหวัด และระดับชุมชนท้องถิ่น 4.4 การจัดทำระบบประเมินผลการดำเนินงานป้องกันและแก้ไขปัญหาการทำลายทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้ในระดับพื้นที่

หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดน่าน

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.8-37: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[22]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง (Gap)</u>	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ/กลไกการทำงาน
1.3	1. ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตรในพื้นที่จัดที่ดินทำกินภายใต้คณะอนุกรรมการนโยบายที่ดินแห่งชาติ	1) ปรับเปลี่ยนอาชีพจากการปลูกพืชเชิงเดี่ยว 2) ลดปัญหาการบุกรุกทำลายป่าฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ 3) ส่งเสริมเกษตรกรปลูกพืช เลี้ยงสัตว์และประมง 4) สร้างอาชีพ เพิ่มรายได้ สนับสนุนให้เกษตรกรใช้ประโยชน์ที่ดินคทช. ให้เกิดประโยชน์สูงสุด 5) จัดหาแหล่งน้ำเพื่อสนับสนุนการเกษตร	หน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในพื้นที่จังหวัดน่าน

[22] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ/กลไกการทำงาน
4.1	2. โครงการบูรณาการการปฏิบัติงานในพื้นที่โครงการพระราชดำริ	1) เพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานในพื้นที่โครงการพระราชดำริ 2) ลดปัญหาการปฏิบัติงานที่ซ้ำซ้อน	สำนักงานจังหวัดน่าน คณะกรรมการในพื้นที่โครงการต่างๆ
4.2	3. ฐานข้อมูลเพื่อการจัดการทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้ น่าน เพื่อต้นน้ำของประเทศไทย	เป็นข้อมูลพื้นฐานและสามารถสอดรับการพัฒนาหรือการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้ - เป็นข้อมูลในการพัฒนาศักยภาพของผลผลิตในพื้นที่ - เป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	สำนักงานจังหวัดน่าน

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: 1.โครงการ ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตรในพื้นที่จัดที่ดินทำกินภายใต้คณะอนุกรรมการนโยบายที่ดินแห่งชาติ
ที่มา / หลักการและเหตุผล: - ป้องกันการบุกรุกทำลายป่าและลดการใช้สารเคมีภาคการเกษตร - การผลิตสินค้าเกษตรไม่เพียงพอต่อการบริโภคภายในจังหวัด
สรุปแนวคิดโครงการ: 1. ปรับเปลี่ยนอาชีพจากการปลูกพืชเชิงเดี่ยว 2. ลดปัญหาการบุกรุกทำลายป่าฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ 3. ส่งเสริมเกษตรกรปลูกพืช เลี้ยงสัตว์และประมง 4. สร้างอาชีพ เพิ่มรายได้ สนับสนุนให้เกษตรกรใช้ประโยชน์ที่ดินคทช.ให้เกิดประโยชน์สูงสุด 5. จัดหาแหล่งน้ำเพื่อสนับสนุนการเกษตร
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. ส่งเสริมการปลูกพืชผสมผสานให้เกษตรกรในพื้นที่คทช. 2. ส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์น้ำในพื้นที่จำกัดและใช้น้ำน้อย กบ ปลาดุก ปลาหมอไทย(เทศ)ในกระชังบก 3. ส่งเสริมการเลี้ยงไก่พื้นเมือง แพะเนื้อโดยใช้วัตถิบในท้องถิ่น 4. จัดหาแหล่งน้ำสนับสนุนเพื่อทำการเกษตรในพื้นที่คทช.

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการในพื้นที่คทช. 6 พื้นที่ในจังหวัดน่านภายใต้คณะอนุกรรมการที่ดินแห่งชาติระดับจังหวัด (คณะ3)
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: หน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในพื้นที่จังหวัดน่าน
ผลลัพธ์: 1. ลดการบุกรุกทำลายป่า 2. ลดการใช้สารเคมี 3. รายได้เพิ่มจากการผลิตสินค้าเกษตร
ผลผลิต: เกษตรกรมีอาชีพ มีรายได้ทดแทนการปลูกข้าวโพด
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1) จำนวนเกษตรกรที่มีอาชีพ มีรายได้ทดแทนการปลูกข้าวโพด (จำนวน 4,255 ราย) 2) ร้อยละที่ลดลงของพื้นที่การปลูกข้าวโพดทั้งหมดในพื้นที่คทช. (ลดลงร้อยละ15)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (ล้านบาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ปรับเปลี่ยนอาชีพด้านการเกษตร	2561-2565	40		สำนักงานเกษตรจังหวัดน่าน	
2. พัฒนาการผลิตปศุสัตว์	2561-2565	35		สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดน่าน	
3. ส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์น้ำ กบ ปลาดุก ปลาหมอไทย(เทศ)ในกระชังบก	2561-2565	15		สำนักงานประมงจังหวัดน่าน	
4. ก่อสร้างฝายทำนบดินและระบบส่งน้ำ 23 แห่ง	2561-2565	276		โครงการชลประทานจังหวัดน่าน	

ชื่อโครงการ: 2.โครงการ บูรณาการการปฏิบัติงานในพื้นที่โครงการพระราชดำริ
ที่มา / หลักการและเหตุผล: - เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาการปฏิบัติงานของหน่วยงานทุกภาคส่วนในพื้นที่โครงการพระราชดำริ จากการทำงานที่ซ้ำซ้อน และลดปัญหาการปฏิบัติงานในพื้นที่ที่ผิดกฎหมาย
สรุปแนวคิดโครงการ: 1. เพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานในพื้นที่โครงการพระราชดำริ 2. ลดปัญหาการปฏิบัติงานที่ซ้ำซ้อน
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. จัดประชุมหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 2. จัดทำแผนการปฏิบัติงานร่วมกัน
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ปฏิบัติงานภายใต้โครงการขยายผลโครงการหลวงหรือโครงการพระราชดำริ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานจังหวัดน่าน คณะกรรมการในพื้นที่โครงการต่างๆ
ผลลัพธ์: หน่วยงานทุกภาคส่วนปฏิบัติการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
ผลผลิต: เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในพื้นที่โครงการมีแผนปฏิบัติงานที่ชัดเจน
ตัวชี้วัดของโครงการ: เจ้าหน้าที่ทุกภาคส่วนปฏิบัติงานตรงตามภารกิจของหน่วยงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. จัดประชุมทุกภาคส่วน	ต.ค.60 – ก.ย.64			สำนักงานจังหวัดน่านและทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง	
2. จัดทำแผนปฏิบัติงาน / แผนความต้องการ / สนับสนุนกิจกรรมความต้องการ	ต.ค.60 – ก.ย.64				

ชื่อโครงการ: 3. โครงการ ฐานข้อมูลเพื่อการจัดการทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้ น่าน เพื่อต้นน้ำของประเทศไทย

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

เพื่อพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและองค์ความรู้หรือการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้ของน่าน เนื่องจากเป็นพื้นที่ต้นน้ำของประเทศ เมื่อพบว่าสภาพมีปัญหา ทุกฝ่ายอยากให้ร่วมมือแก้ไขเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน แต่ยังขาดความเข้าใจในความต้องการอย่างเป็นระบบ ขาดความต่อเนื่องการกระจายที่เหมาะสม ความเชื่อมโยงของผลประกอบการ

สรุปแนวคิดโครงการ:

1. เป็นข้อมูลพื้นฐานและสามารถสอดรับการพัฒนาหรือการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้
2. เป็นข้อมูลในการพัฒนาศักยภาพของผลผลิตในพื้นที่
3. เป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. จัดทำฐานข้อมูลการจัดการทรัพยากรป่าไม้โดยออกแบบฐานข้อมูลโดยจำแนกทั้งระดับพื้นที่ โดยจำแนกรายละเอียด
2. เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการฐานข้อมูล

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- สำนักงานจังหวัดน่าน
- สนง.ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดน่าน
- โครงการชลประทานจังหวัดน่าน
- สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัดน่าน / สนง.แรงงานจังหวัดน่าน / สนง.สถิติจังหวัดน่าน / สนง.วัฒนธรรมจังหวัดน่าน / สนง.ประมงจังหวัดน่าน / สนง.เกษตรจังหวัดน่าน / สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดน่าน / สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดน่าน
- สบอ.13 / ศจป.3 / หอการค้า / สภาอุตสาหกรรม

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานจังหวัดน่าน

ผลลัพธ์: - การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ ป่าไม้ ของจังหวัดน่าน ได้รับการจัดการอย่างเป็นระบบ

ผลผลิต: - ระบบการจัดการข้อมูลทรัพยากรป่าไม้ของจ.น่าน ให้บริการแก่ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ประชาชน 479,518 คน

ตัวชี้วัดของโครงการ:

1. มีฐานข้อมูลการจัดการทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้ของจังหวัดน่าน
2. มีการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการฐานข้อมูล

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. จัดทำฐานข้อมูลโดยจำแนกตามศักยภาพและการใช้ประโยชน์ของพื้นที่		4 ล้านบาท		สำนักงานจังหวัดน่าน	
2. เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการฐานข้อมูล					

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- จังหวัดน่านมีศิลปวัฒนธรรมและธรรมชาติที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมเที่ยวชมโบราณสถานและโบราณวัตถุ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
- จังหวัดน่านมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายทั้งทางโบราณสถาน ประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติซึ่งสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของจังหวัด
- มีโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับสินค้าและบริการ สินค้า OTOP รวมทั้งเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดในกลุ่มล้านนาและประเทศเพื่อนบ้าน

สิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจจังหวัดน่านคือศิลปะวัฒนธรรมและธรรมชาติเป็นสำคัญ โดยนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ นิยมเที่ยวชมโบราณสถานและโบราณวัตถุ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดย ในปี 2558 นักท่องเที่ยวของจังหวัดน่านมีจำนวน 732,446 คน รายได้จากการท่องเที่ยวของน่านในปี 2558 มีมูลค่า 1,956.02 ล้านบาท ทั้งนี้จากข้อมูลปี 2555-2558 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมากอย่างต่อเนื่อง

จังหวัดน่านมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายทั้งทางโบราณสถานประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติซึ่งสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของจังหวัด

จังหวัดน่าน ได้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ของน่าน จำนวน 4 แห่ง สำหรับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆที่ช่วยดึงดูดนอกเหนือจากแหล่งท่องเที่ยวหลัก (เช่น อุทยานไม้ดอกไม้ประดับ สวนสุขภาพ สวนสาธารณะ เป็นต้น) มีจำนวน 10 แห่ง มีแหล่ง ท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำและน้ำดื่มสาธารณะที่ได้มาตรฐาน จำนวน 38 แห่ง

ตารางที่ 3.8-38: จำนวนผู้เยี่ยมเยือนของจังหวัดน่าน ปี 2552 – 2558

	จำนวนผู้เยี่ยมเยือนของจังหวัดน่าน พ.ศ. 2552 – 2558						(หน่วย:คน)
	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558p
รายการ	(2009)	(2010)	(2011)	(2012)	(2013)	(2014)	(2015)
ทั่วราชอาณาจักร							
ผู้เยี่ยมเยือน	**124,869,207**	**156,437,103**	**174,118,377**	**198,987,506**	**217,112,440**	**227,654,055**	**249,072,982**
ชาวไทย	97,998,957	122,522,114	133,177,728	150,509,362	161,724,688	170,248,107	185,110,333
ชาวต่างประเทศ	26,870,250	33,914,989	40,940,649	48,478,144	55,387,752	57,405,948	63,962,649
น่าน							
ผู้เยี่ยมเยือน	**224,931**	**275,390**	**293,976**	**520,835**	**626,690**	**652,992**	**732,446**

รายการ	จำนวนผู้เยี่ยมเยือนของจังหวัดน่าน พ.ศ. 2552 – 2558 (หน่วย:คน)						
	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558p
	(2009)	(2010)	(2011)	(2012)	(2013)	(2014)	(2015)
ชาวไทย	220,510	270,952	288,080	503,468	609,967	636,774	714,641
ชาวต่างประเทศ	4,421	4,438	5,896	17,367	16,723	16,218	17,805

ตารางที่ 3.8-39: รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน ปี 2552 – 2558

รายการ	รายได้จากการท่องเที่ยว ของจังหวัดน่าน พ.ศ. 2552 – 2558 (หน่วย:ล้านบาท)						
	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558p
	(2009)	(2010)	(2011)	(2012)	(2013)	(2014)	(2015)
ทั่วราชอาณาจักร							
ผู้เยี่ยมเยือน	**716,105**	**904,376**	**1,109,348**	**1,349,793**	**1,531,092**	**1,605,701**	**1,861,873**
ชาวไทย	264,781	402,574	483,225	588,865	660,715	703,664	803,785
ชาวต่างประเทศ	451,324	501,802	626,124	760,928	870,378	902,038	1,058,088
น่าน							
ผู้เยี่ยมเยือน	**547**	**633**	**642**	**1,377**	**1,580**	**1,627**	**1,956**
ชาวไทย	536	614	622	1,303	1,513	1,564	1,882
ชาวต่างประเทศ	11	19	20	74	67	64	74

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ(Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.8-15: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

1 พัฒนาระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยว	2 พัฒนาศักยภาพมัคคุเทศน์และบุคลากร	3 พัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านท่องเที่ยว/ทรัพยากร	4 พัฒนาแหล่งและกิจกรรมท่องเที่ยว	5 พัฒนาธุรกิจบริการการท่องเที่ยว	6 พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์
1.1 การบูรณาการเชิงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว 1.2 การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) 1.3 บริหารจัดการฐานข้อมูลวัฒนธรรมท้องถิ่นและจัดทำข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม 1.4 การเชื่อมโยงและจัดเส้นทาง (routes) การท่องเที่ยวภายในจังหวัด 1.5 การสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการสืบสานและร่วมนำเสนอวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นอัตลักษณ์ของน่าน 1.6 สร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	2.1 พัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์ท้องถิ่น/ผู้นำเที่ยวให้มีความรอบรู้เกี่ยวกับแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรมและประเพณีของน่านและสามารถถ่ายทอดเป็นภาษาต่างประเทศได้หลายภาษา 2.2 พัฒนาศักยภาพแรงงานวิชาชีพและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม 2.3 ส่งเสริมการรวมกลุ่มของชุมชนผู้ประกอบ การด้านท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 2.4 บุคลากรที่เกี่ยวข้องมีองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	3.1 การจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 3.2 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโดยเฉพาะเส้นทางถนนภายในและระหว่างจังหวัด ป้ายบอกทาง 3.3 การจัดการปัญหาจากการท่องเที่ยว เช่น สิ่งปฏิกูล ขยะและมลภาวะ 3.4 การพัฒนาและปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค ไฟฟ้า ประปา โครงข่ายโทรศัพท์และInternet 3.5 ระบบขนส่งสาธารณะ	4.1 อนุรักษ์และนำเสนอกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ของน่าน (เช่น การจัดกิจกรรมพิเศษ การจัดแข่งเรือตามประเพณี เป็นต้น) 4.2 ส่งเสริมและพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมคงความเป็นอัตลักษณ์ของน่าน(เช่น วัดสำคัญ พิพิธภัณฑ์ หออัตลักษณ์) 4.3 ฟื้นฟู/ปรับปรุง/พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆให้เป็นที่ดึงดูดนอกเหนือจากแหล่งท่องเที่ยวหลัก (เช่น อุทยานไม้ดอกไม้ประดับ สวนสุขภาพ สวนสาธารณะ อุทยาน เป็นต้น) ท่องเที่ยวเชิงเกษตร 4.4 ยกระดับคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำและน้ำดื่มสาธารณะ	5.1 ส่งเสริมและพัฒนาให้ธุรกิจที่พัก Guest-house/ Home stay และโรงแรมได้รับการรับรองมาตรฐาน 5.2 ส่งเสริมและพัฒนาให้ธุรกิจบริการที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมได้รับการรับรองมาตรฐาน (เช่น ร้านอาหารพื้นเมือง ร้านค้า OTOP เสื้อผ้า ผ้าทอ เครื่องเงิน) 5.3 พัฒนาสินค้าของฝากและของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของน่านให้ได้มาตรฐาน	6.1 การทำการตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ 6.2 สร้างเรื่องราวเชิงประสบการณ์และประชาสัมพันธ์เอกลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ อาหาร และชาติพันธุ์ ชนเผ่าต่างๆของน่าน (เช่น วัฒนธรรมไทลื้อเชื่อมโยง 7 จังหวัดภาคเหนือและหลวงพระบาง เป็นต้น) 6.3 การตลาดเชิงรุกผ่านสื่อสมัยใหม่ (Social Network)

3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.8-40: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[23]

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ แนว / ทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1และ 1.2 และ 1.3 และ 1.4 และ 1.5 และ 1.6	การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน	1) พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐาน 2) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการอย่างยั่งยืน 3) สร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ทั้งในเชิงพื้นที่ เชิงเวลา ฤดูกาล และรูปแบบการท่องเที่ยว
2.1 และ 2.2 และ 2.3 และ 2.4	การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน	1) พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ ให้มีความ สามารถในการแข่งขันสอดคล้องกับมาตรฐานสากลและเพียงพอต่อความต้องการของตลาด 2) ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์
3.1 และ 3.2 และ 3.3 และ 3.4 และ 3.5 และ 4.1และ 4.2 และ 4.4 และ 5.1 และ 5.2	การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยว	สำนักงานการท่องเทียวและกีฬาจังหวัดน่าน	1) พัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว 2) พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว 3) พัฒนาระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว
6.1 และ 6.2 และ 6.3	ส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็น 12 ใน 1“เมืองต้องห้ามพลาด...” ในชื่อ “น่านกระซิบรักเสมอดาว”	ทททสนง.น่าน.	1) กระตุ้นการใช้จ่ายนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ โดยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงเดินทางเข้ามาเที่ยวในพื้นที่เพื่อให้เกิดการใช้จ่ายมากขึ้น 2) กระจายพื้นที่และช่วงเวลาการท่องเที่ยว 4) ส่งเสริมการเดินทางเชื่อมโยงเมืองชายแดนสู่ AEC เพื่อสร้างการรับรู้และกระจายการเดินทางสู่จังหวัดน่านที่เป็นเมืองที่เชื่อมโยงสู่ประเทศเพื่อบ้านได้

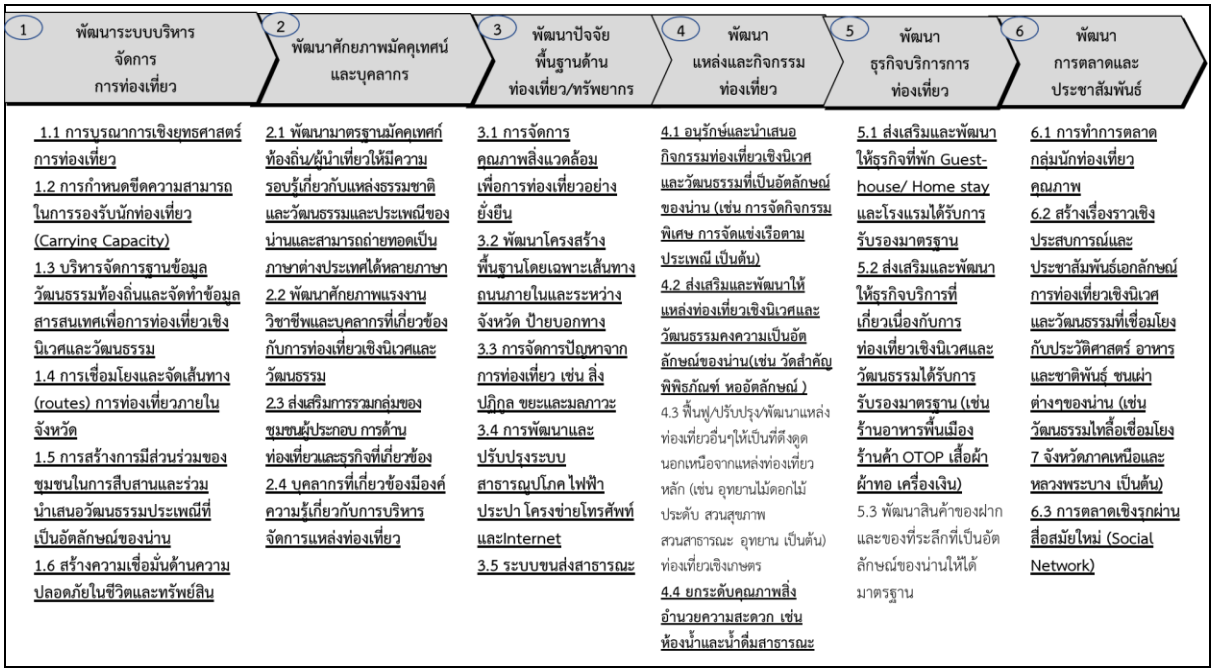
[23] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.8-41: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
4. พัฒนาแหล่งและกิจกรรมท่องเที่ยว	4.3 ฟื้นฟู/ปรับปรุง/พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆให้เป็นที่ดึงดูดนอกเหนือจากแหล่งท่องเที่ยวหลัก (เช่น อุทยานไม้ดอกไม้ประดับ สวนสุขภาพ สวนสาธารณะ อุทยาน เป็นต้น) ท่องเที่ยวเชิงเกษตร
5. พัฒนาธุรกิจบริการการท่องเที่ยว	5.3 พัฒนาสินค้าของฝากและของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของน่านให้ได้มาตรฐาน

แผนภาพที่ 3.8-16: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม ของจังหวัดน่าน



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดน่าน

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.8-42: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[24]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ <u>ยังเป็นช่องว่าง (Gap)</u>	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ/ กลไกการทำงาน
4.3	1. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นทีเกษตรแปลงใหญ่	1) ตอบสนองนโยบายเกษตรแบบแปลงใหญ่ 2) พัฒนาระบบเกษตรแบบแปลงใหญ่ให้มีรายได้เพิ่มจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	หน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในพื้นที่จังหวัดน่าน
5.3	2. พัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์น่านให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน	จังหวัดน่านมีผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์จังหวัดน่าน และผลิตภัณฑ์มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน สามารถเสริมรายได้ให้กับประชาชนเพิ่มขึ้น เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดน่าน

[24] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: 1.โครงการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นทีเกษตรแปลงใหญ่
ที่มา / หลักการและเหตุผล: - เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์พื้นที่เกษตรแบบแปลงใหญ่ควบคู่ไปกับการเรียนรู้ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และองค์ความรู้เกี่ยวกับพืชแปลงใหญ่แก่เกษตรกร นักเรียน นักศึกษา และบุคคลผู้สนใจทั่วไปโดยผ่านกระบวนการเรียนรู้ในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบสร้างสรรค์เพื่อแก้ปัญหาเรื่องการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ภาคการเกษตร
สรุปแนวคิดโครงการ: 1. ตอบสนองนโยบายเกษตรแบบแปลงใหญ่ 2. พัฒนาระบบเกษตรแบบแปลงใหญ่ให้มีรายได้เพิ่มจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. ทำเกวียนปู่ม่าน (ปศจ.) 2. แหล่งอาหารเกษตรคุณภาพปลอดภัยเพื่อท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2.1 ไก่ดำตุ๋น ไก่ประดู่ต้มน้ำปลา (ปศจ.) 2.2 ปลาทอดมะแขว่น (กษจ.) 2.3 พืชผักปลอดภัย (กษจ.) 3. บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ที่พัก) 4. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (กษ.) 5. อำนวยการ ติดตาม/ประเมินผล 6. ตามหาปลาร้องเพลง: ไปดูปลากองที่เมืองน่าน
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการภายใต้คำสั่งคณะอนุกรรมการพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์จังหวัดน่าน และคณะกรรมการขับเคลื่อนนโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์แบบเบ็ดเสร็จจังหวัดน่าน (SC)
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: หน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในพื้นที่จังหวัดน่าน
ผลลัพธ์: เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
ผลผลิต: เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1) จำนวนเกษตรกรที่มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (จำนวน 300 ราย) 2) รายได้ของเกษตรกรจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพิ่มขึ้น ร้อยละ 20

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ทำเกวียนปู่ม่าน	2561-2565	500,000		สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดน่าน	
2. ส่งเสริมการเลี้ยงไก่ประดู่นางดำ	2561-2565	300,000		สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดน่าน	
3. ส่งเสริมการเลี้ยงปลา	2561-2565	300,000		สำนักงานประมงจังหวัดน่าน	
4. ส่งเสริมการปลูกพืชผักปลอดภัย	2561-2565	600,000		สำนักงานเกษตรจังหวัดน่าน	
5. จัดทำที่พัก Home stay	2561-2565	500,000		สำนักงานเกษตรจังหวัดน่าน	
6. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	2561-2565	500,000		สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดน่าน	
7. การอำนวยการติดตาม/ประเมินผล	2561-2565	250,000		สำนักงานเกษตรจังหวัดน่าน	
8. ตามหาปลาร้องเพลง: ไปดูปลากองที่เมืองน่าน	2561-2565	4,000,000		สำนักงานประมงจังหวัดน่าน	

ชื่อโครงการ: 2.โครงการ พัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์น่านให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

- ผลิตภัณฑ์ของฝาก ของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์น่าน จำนวนมากยังไม่มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน ควรจะพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และเพิ่มยอดจำหน่าย สร้างรายได้ให้กับประชาชนในจังหวัดน่านมากขึ้น

สรุปแนวคิดโครงการ:

- จังหวัดน่านมีผลิตภัณฑ์ของฝาก ของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์จังหวัดน่าน และผลิตภัณฑ์มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน สามารถเสริมรายได้ให้กับประชาชนเพิ่มขึ้น เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. อบรมให้ความรู้เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์น่านให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน
2. จัดแสดงประกวดผลิตภัณฑ์เด่นที่เป็นอัตลักษณ์น่าน

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- วิทยากรที่มีความรู้และประสบการณ์จากหน่วยงานต่างๆได้แก่

1. สำนักงานวัฒนธรรม – ภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ท้องถิ่น
2. สำนักงานอุตสาหกรรม/สนง.สาธารณสุข/สนง.เกษตร – มาตรฐานผลิตภัณฑ์
3. สำนักงานพาณิชย์ – การส่งเสริมการตลาด / การออกแบบผลิตภัณฑ์
4. สำนักงานพัฒนาชุมชน – การบริหารจัดการกลุ่ม / การจัดทำแผนธุรกิจ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดน่าน

ผลลัพธ์:

1) มีสินค้า ของฝาก ของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของจ.น่านมีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน
2) สร้างรายได้ให้ประชาชนเพิ่มขึ้นเชื่อมโยงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ผลผลิต:

1) ประชาชนผู้สนใจได้รับการอบรมฝึกปฏิบัติความรู้และทักษะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีอัตลักษณ์ มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน
2) มีผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์และมีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน

ตัวชี้วัดของโครงการ:

1) จำนวนประชาชนผู้สนใจที่ได้รับการอบรมฝึกปฏิบัติความรู้และทักษะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีอัตลักษณ์มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน (จำนวน....คน)
2) จำนวนผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์และมีมาตรฐานตามเกณฑ์ (จำนวน....ผลิตภัณฑ์)
3) รายได้ให้ประชาชนจากการขายสินค้า ของฝาก ของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของจ.น่าน เพิ่มขึ้น (ร้อยละ....)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. อบรมให้ความรู้เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์น่านให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน	พ.ย.-ธ.ค.2561	1,000,000		สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดน่าน	
2. จัดแสดงและประกวดผลิตภัณฑ์เด่นที่เป็นอัตลักษณ์น่าน	ม.ค.-ก.พ.2562	1,000,000		สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดน่าน	

3.3 กลุ่มที่ 9 (จังหวัดตาก จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดสุโขทัย จังหวัดเพชรบูรณ์ และจังหวัดอุตรดิตถ์)

3.3.1 สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ และ ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของจังหวัด กลุ่มที่ 9

พื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 9 ประกอบไปด้วยจังหวัดตาก จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดสุโขทัย จังหวัดเพชรบูรณ์ และจังหวัดอุตรดิตถ์ ซึ่งมีที่ตั้งอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย โดยมีพื้นที่รวมกันทั้งสิ้นประมาณ 54,325.604 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 33,935,737 ไร่ โดยแบ่งออกเป็น

จังหวัดตาก	มีพื้นที่	16,406.65	ตารางกิโลเมตร
จังหวัดพิษณุโลก	มีพื้นที่	10,815.85	ตารางกิโลเมตร
จังหวัดสุโขทัย	มีพื้นที่	6,596.09	ตารางกิโลเมตร
จังหวัดเพชรบูรณ์	มีพื้นที่	12,668.42	ตารางกิโลเมตร
จังหวัดอุตรดิตถ์	มีพื้นที่	7,838.59	ตารางกิโลเมตร

ภูมิประเทศของจังหวัดกลุ่มที่ 9 โดยทั่วไปประมาณ 2 ใน 3 ของพื้นที่เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำและที่ราบลูกฟูก (rolling plains) ได้แก่ พื้นที่ในบริเวณตอนกลางของจังหวัดพิษณุโลก อุตรดิตถ์ สุโขทัย และตาก ซึ่งเกิดจากการกระทำของแม่น้ำสายสำคัญๆ คือ แม่น้ำน่าน แม่น้ำยม แม่น้ำปิงและลำน้ำสาขา นอกจากนี้ แม่น้ำยมและแม่น้ำน่านยังทำให้เกิดเป็นที่ราบขั้นบันได (terraces) และที่ราบน้ำท่วมถึง (flood plain) ทางด้านทิศตะวันตกของจังหวัดกลุ่มที่ 9 ในเขตพื้นที่อำเภอแม่สอด อำเภอแม่ระมาด อำเภอท่าสองยาง อำเภอพบพระ และอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก ภูมิประเทศมีลักษณะเป็นทิวเขาปกคลุมด้วย ป่าไม้ มีเทือกเขาสูงสลับซับซ้อนกันไปมา มีพื้นที่ราบสำหรับทำการเกษตรกรรมบ้างเล็กน้อย โดยมีเทือกเขาถนนธงชัยซึ่งทอดตัวยาวจากภาคเหนือลงมาเป็นแนวเขตแดนกั้นระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

ทางด้านทิศตะวันออกของจังหวัดกลุ่มที่ 9 บริเวณตอนบนมีลักษณะพื้นที่เป็นภูเขาและที่สูง โดยมีเทือกเขาหลวงพระบางทอดตัวยาวลงมากั้นเขตแดนระหว่างประเทศไทย-สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ช่วงตั้งแต่อำเภอน้ำปาด อำเภอฟากท่า อำเภอบ้านโคก จังหวัดอุตรดิตถ์ มาถึงอำเภอนครไทย อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก และทอดยาวต่อเนื่องไปจนถึงอำเภอหล่มสัก อำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ กลายเป็นทิวเขาเพชรบูรณ์ ซึ่งทอดตัวยาวไปจนจรดแนวเขตของภาคตะวันออกเฉียง เหนือ มีสภาพเป็นที่ราบเชิงเขาสลับลูกเนินเตี้ยๆ ไปจนจรดที่ราบลุ่มแม่น้ำและมีที่ราบแคบๆ ในบริเวณ เขตอำเภอหล่มสัก และอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งที่ราบนี้มีแม่น้ำป่าสักไหลผ่านลงไปทางใต้และไหลไปสู่ภาคกลางต่อไป

พื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 9 มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งสิ้น ในปี พ.ศ. 2558 อยู่ที่ประมาณ 280,764 ล้านบาท โดยภาคเศรษฐกิจที่โดดเด่นคือสาขาเกษตรกรรม การล่าสัตว์และป่าไม้ โดยคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละประมาณ 29 ของมูลค่าเศรษฐกิจทั้งหมดของพื้นที่

หากจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่าจังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นจังหวัดที่มีสัดส่วนทางเศรษฐกิจของพื้นที่สูงที่สุด ของกลุ่มอยู่ที่ร้อยละ 30 มีมูลค่าอยู่ที่ 84,912 ล้านบาท ตามมาด้วยจังหวัดพิษณุโลก จังหวัดสุโขทัย จังหวัดตาก และจังหวัดอุตรดิตถ์ตามลำดับ

ทางด้านนโยบาย และการขับเคลื่อนของพื้นที่นั้น พบว่ามีศักยภาพเป็นแหล่งผลิตทางการเกษตร คือ ข้าว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ อ้อยโรงงาน มันสำปะหลัง ถั่วเหลือง และไม้ผลที่จังหวัดอุตรดิตถ์ นอกจากนี้ยังเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านตามแนวพัฒนา East-West Economic Corridor โดยมีจังหวัดพิษณุโลกเป็นเมืองศูนย์กลางความเจริญรองรับการเป็นศูนย์กลางบริการสี่แยกอินโดจีน มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลก เชิงประวัติศาสตร์สุโขทัยและศรีสัชนาลัยจังหวัดสุโขทัย แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและเชิงนิเวศน์และประเพณีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ อาทิ ประเพณีอุ้มพระดำน้ำของจังหวัดเพชรบูรณ์ สำหรับบริการพื้นฐานมีโครงข่ายคมนาคมทั้งการขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางรถไฟที่สนับสนุนการขนส่งผู้โดยสารและสินค้า มีแหล่งเก็บกักน้ำขนาดใหญ่ 3 แห่ง คือ เขื่อนภูมิพลจังหวัดตาก เขื่อนสิริกิติ์จังหวัดอุตรดิตถ์ และเขื่อนแควน้อยจังหวัดพิษณุโลก มีสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่มีศักยภาพในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้ในการพัฒนาพื้นที่

ทิศทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดที่ 9 เน้นการเสริมจุดแข็งที่ศักยภาพทางการเกษตร และการท่องเที่ยว โดยต่อยอดการพัฒนาด้วยฐานความรู้และเทคโนโลยีการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลผลิตเดิม พร้อมทั้งแก้ไขจุดอ่อนด้านการผลิต ทรัพยากรมนุษย์ และการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ ตลอดจนการใช้โอกาส ด้านศักยภาพที่ตั้งที่สามารถเชื่อมโยงระหว่างภาคและเชื่อมโยงการพัฒนาตาม North-South Economic Corridor และ East-West Economic Corridor และประตูเชื่อมโยงชายแดนสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ที่จังหวัดตากและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่จังหวัดอุตรดิตถ์

ในส่วนของการวิเคราะห์ศักยภาพจากตัวชี้วัดการพัฒนาพบว่า ค่อนข้างสอดคล้องกับโครงสร้างและทิศทางของเศรษฐกิจของพื้นที่ในภาพรวม โดยพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 9 ในส่วนของภาคการเกษตรนั้น ยังคงมีสถานการณ์ทางด้านการพัฒนาผลผลิตสินค้าเกษตรและการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

ทั้งนี้ จากข้อมูลศักยภาพ และทิศทางการพัฒนาทั้งหมด จึงสามารถสรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่จะนำมาใช้ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในแต่ละจังหวัด ได้ดังนี้

ตารางที่ 3.9-1: สรุปตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพรายจังหวัดที่จะใช้ในการฝึกอบรมของโครงการ

จังหวัด	ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1	ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2
ตาก	โคเนื้อ	ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
พิษณุโลก	ข้าวปลอดภัย	ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
สุโขทัย	ข้าวปลอดภัย	ท่องเที่ยวประวัติศาสตร์
เพชรบูรณ์	มะขามหวาน	ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
อุตรดิตถ์	ทุเรียนหลงลับแล	ข้าวอินทรีย์

การวิเคราะห์ศักยภาพด้านเศรษฐกิจของพื้นที่ จะมุ่งเน้นการวิเคราะห์โครงสร้างทางเศรษฐกิจในภาพรวมของพื้นที่ และจังหวัดในพื้นที่ เพื่อให้เห็นถึงจุดเน้นทางด้านโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สถานการณ์ปัจจุบัน และแนวโน้มจากข้อมูลที่ผ่านมา โดยมีผลสรุป ดังนี้

- **สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 9 จำแนกตามสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญ**

ภาพรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 9 ซึ่งประกอบไปด้วยจังหวัดตาก จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดสุโขทัย จังหวัดเพชรบูรณ์ และจังหวัดอุตรดิตถ์นี้ พบว่ามีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งสิ้น ในปี พ.ศ. 2558 อยู่ที่ประมาณ 280,764 ล้านบาท โครงสร้างทางเศรษฐกิจที่สำคัญของพื้นที่นี้จะอยู่ที่ภาคบริการ โดยมีสัดส่วนในช่วงระยะเวลาของปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2556 – 2558) อยู่ระหว่างร้อยละ 48 – 54 มาโดยตลอด ตามมาด้วยภาคการเกษตรซึ่งอยู่ที่ประมาณร้อยละ 29 – 36 ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรมมีสัดส่วนที่น้อยที่สุด โดยมีสัดส่วนอยู่เพียงร้อยละประมาณ 16 – 19 เท่านั้น

ตารางที่ 3.9-2: สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 9 จำแนกตามสาขาเศรษฐกิจ (ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์มวลรวมพื้นที่ (ณ ราคาปัจจุบัน)	2556	2557	เปลี่ยนแปลง (2557/2556) ร้อยละ	2558	เปลี่ยนแปลง (2558/2557) ร้อยละ
เกษตร (ดส่วน ร้อยละัส)	109,367 (36)	98,380 (33)	-10.0	80,679 (29)	-18
อุตสาหกรรม (ดส่วน ร้อยละัส)	47,664 (16)	57,874 (19)	21.4	49,622 (18)	-14.3
บริการ (ดส่วน ร้อยละัส)	142,809 (48)	143,161 (48)	0.2	150,463 (54)	5.1
ผลิตภัณฑ์มวลรวม	299,840 (100)	299,415 (100)	-0.1	280,764 (100)	-6.2

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

- **สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 9 จำแนกตามจังหวัดในกลุ่ม (ล้านบาท)**

หากพิจารณาในมุมของผลิตภัณฑ์มวลรวมจำแนกตามจังหวัด จะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ. 2558 จังหวัดเพชรบูรณ์เป็นจังหวัดที่มีสัดส่วนทางเศรษฐกิจของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 9 สูงที่สุด อยู่ที่ร้อยละ 30 มีมูลค่าอยู่ที่ 84,912 ล้านบาท ตามมาด้วยจังหวัดพิษณุโลก อยู่ที่ร้อยละ 29 หรือประมาณ 82,417 ล้านบาท โดยมีจังหวัดตาก สุโขทัย และอุตรดิตถ์ เป็นอันดับ 3 4 และ 5 ตามลำดับ

ทั้งนี้ ในมุมของการเติบโตนั้น พบว่าในปี พ.ศ. 2558 มีเพียง จังหวัดตากเท่านั้น ที่มีการเติบโตเพิ่มสูงขึ้น โดยมีการเติบโตร้อยละ 4.9 ในขณะที่จังหวัดพิษณุโลก สุโขทัย เพชรบูรณ์ และอุตรดิตถ์ กลับมีมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ลดลง โดยลดลงร้อยละ 2.6 13 9.3 และ 12.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 3.9-3: สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 9 จำแนกตามจังหวัดในกลุ่ม (านบาท้ล)

จังหวัดในกลุ่ม	2556	2557	เปลี่ยนแปลง (2557/2556) ร้อยละ	2558	เปลี่ยนแปลง (2558/2557) ร้อยละ
ตาก (ดส่วน ร้อยละัส)	40,144 (13)	43,084 (14)	7.3	45,188 (16)	4.9
พิษณุโลก (ดส่วน ร้อยละัส)	90,410 (30)	84,626 (28)	-6.4	82,417 (29)	-2.6
สุโขทัย (ดส่วน ร้อยละัส)	47,306 (16)	42,755 (14)	-9.6	37,188 (13)	-13
เพชรบูรณ์ (ดส่วน ร้อยละัส)	83,632 (28)	93,619 (31)	11.9	84,912 (30)	-9.3
อุตรดิตถ์ (ดส่วน ร้อยละัส)	38,348 (13)	35,332 (12)	-7.9	31,059 (11)	-12.1
ผลิตภัณฑ์มวลรวม	299,840 (100)	299,415 (100)	-0.1	280,764 (100)	-6.2

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

3.3.2 การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่กลุ่มที่ 9

การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่ ในส่วนนี้เป็นประมวลนโยบาย และแผนงานยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ เปรียบเสมือนการประเมินปัจจัยภายนอก (External Factors) พร้อมวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งในด้านบวกและลบ เพื่อมาวิเคราะห์ในส่วนของโอกาส และอุปสรรคต่อการดำเนินงานของพื้นที่ต่อไป โดยมีผลสรุปการวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ต่อพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 9 ดังนี้

ตารางที่ 3.9-4: สรุปผลการวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่

นโยบาย / แผนยุทธศาสตร์	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม ยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	+ มีกรอบและเป้าหมายการพัฒนาในระยะยาวที่ชัดเจน ทำให้มีแนวทางที่ชัดเจนในการจัดทำแผนพัฒนาอื่นๆ ที่สอดคล้องกับนโยบายระดับชาติ + เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มจังหวัด ทั้งในด้านการผลิต บริการ การค้า การลงทุน และการพัฒนาเมืองและระบบโครงสร้างพื้นฐาน + สร้างการพัฒนาของเศรษฐกิจและสังคมที่มีความยั่งยืน รวมถึงสร้างความเจริญแก่ทุกภาคส่วนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียม

นโยบาย / แผนยุทธศาสตร์	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
<u>แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12</u> **ยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาค เมืองและพื้นที่เศรษฐกิจ** ● เป้าหมายภาคเหนือ การพัฒนาฐานเศรษฐกิจให้เป็นฐานเศรษฐกิจมูลค่าสูง ● อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร-ถูกกำหนดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวศักยภาพ ● เพชรบูรณ์เป็นหนึ่งในจังหวัดที่จะได้รับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่และปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวก ● แก้ไขปัญหาหมอกควันในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนและจังหวัดตาก โดยส่งเสริมการปรับเปลี่ยนการทำเกษตรจากการปลูกพืชเชิงเดี่ยวไปสู่การปลูกพืชในระบบวนเกษตร	+ เมืองและชุมชนมีโอกาสขยายตัวตามระบบโลจิสติกส์ใหม่ที่ได้จากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว + เกิดประโยชน์ต่อการเพิ่มรายได้ให้กับผู้สูงอายุจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่อเนื่องกับการท่องเที่ยว + สินค้าและบริการที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาสู่การผลิตเชิงสร้างสรรค์ + ปัญหาหมอกควันได้รับการแก้ไขจากการเปลี่ยนการทำเกษตรจากการปลูกพืชเชิงเดียวเป็นระบบวนเกษตร + ฟื้นฟูทรัพยากรเกษตร และใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน - ปัญหาขยะที่เพิ่มสูงขึ้นตามการขยายตัวของเมืองและชุมชน - ปัญหาทรัพยากรน้ำที่จำกัดอาจส่งผลต่อการขาดแคลนน้ำจากการขยายตัวของภาคบริการการท่องเที่ยว - ปัญหามลพิษที่เกิดขึ้นจากการขยายตัวของเศรษฐกิจ
<u>ยุทธศาสตร์ด้านเกษตรกรรม</u> ● **สินค้าเศรษฐกิจ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร)** –ข้าว ข้าวโพด ถั่วเขียว ข้าวฟ่าง กระบือ โค ถั่วลิสง ถั่วเหลือง ไม้ผล ยาสูบ ● **ยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)** 1. สร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร 2. เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตร 3. เพิ่มความสามารถในการแขงขันภาคการเกษตรดวยเทคโนโลยีและนวัตกรรม 4. บริหารจัดการทรัพยากรการเกษตรและสิ่งแวดลอมอย่างสมดุลและยั่งยืน 5. พัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ	+ ผลผลิตทางการเกษตรเพิ่มสูงขึ้นจากการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้สร้างมูลค่าเพิ่มภายใต้แนวคิดเกษตรปลอดภัยและฟาร์มเกษตรอัจฉริยะ + วัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรถูกนำมาพัฒนาเป็นพลังงานทดแทน + ได้รับการปรับปรุงโครงการด้านแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรเพิ่มเติม - ปัจจัยการผลิตของสินค้าเกษตรเป้าหมายมีราคาสูงขึ้นจากความต้องการปัจจัยการผลิตในพื้นที่สูงขึ้น - เกิดความกังวลเรื่องผลผลิตที่เพิ่มขึ้นจะส่งผลให้ราคาลดต่ำลง
<u>ยุทธศาสตร์ด้านอุตสาหกรรม</u> ● **ศักยภาพอุตสาหกรรม (ก.อุตสาหกรรม)** – นวัตกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์สมุนไพร แปรรูปข้าวและเนื้อสัตว์ ● **ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)**	+ คลัสเตอร์อุตสาหกรรมเป้าหมายได้รับการยกระดับผลิตภาพ มาตรฐาน และได้รับการส่งเสริมด้านนวัตกรรมและการเพิ่มมูลค่า รวมทั้งเกิดการเชื่อมโยงเป็นห่วงโซ่มูลค่าทั้งในและต่างประเทศ

นโยบาย / แผนยุทธศาสตร์	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
1 ปฏิรูปภาคอุตสาหกรรมไทยสู่อุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญา 2 ปฏิรูปนิเวศอุตสาหกรรมรองรับอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญา 3 เชื่อมโยงอุตสาหกรรมไทยกับเศรษฐกิจโลก	+ โครงสร้างพื้นฐาน และทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมเป้าหมายได้รับการพัฒนาทั้งในแง่คุณภาพ และปริมาณตลอดจนองค์ความรู้ - ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรมลงจากผลกระทบของการประกอบอุตสาหกรรม
<u>**ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว**</u> ● **กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยเชิงพื้นที่ :** – เขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม: การท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลกเชื่อมโยงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวโดยชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ● **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 2 (ยุทธศาสตร์ 5 ปี พ.ศ. 2560 – 2564)** - คุณภาพสินค้า บริการ และความยั่งยืน - โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก - ทรัพยากรมนุษย์ - การตลาดและเสริมสร้างภาพลักษณ์ - การบริหารจัดการและกฎหมาย	+ โอกาสในการพัฒนาธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยว + ได้รับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงบุคลากรเพื่อรองรับกิจกรรมท่องเที่ยว - ทรัพยากรธรรมชาติ สภาพแวดล้อม และมรดกทางวัฒนธรรมได้รับความเสียหายจากนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม - โครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวอาจไม่เพียงพอต่อการขยายตัว - อาจมีปัญหาแรงงานต่างถิ่นหลั่งไหลเข้ามาทำงานในภาคบริการที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวมากขึ้น กระทบต่อวิถีชีวิตและความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของคนในชุมชน
<u>**ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาเมือง และโครงสร้างพื้นฐาน**</u> ● **เมืองเป้าหมาย พิษณุโลก -** เมืองศูนย์กลางการค้า การบริการ ธุรกิจสุขภาพ การศึกษาและธุรกิจด้านดิจิทัล ● **ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง 2558 – 2565** - การพัฒนาโครงข่ายรถไฟระหว่างเมือง เช่น สายปากน้ำโพ-เด่นชัย - การเพิ่มขีดความสามารถทางหลวงเชื่อมโยงฐานการผลิตของประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน - การเพิ่มขีดความสามารถการให้บริการขนส่งทางอากาศ - ท่าอากาศยานแม่สอด จังหวัดตาก	+ ประชาชนในพื้นที่เมืองเป้าหมายในการพัฒนามีความกินดีอยู่ดีมากขึ้น + การเชื่อมโยงโครงข่ายคมนาคมขนส่งที่สนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ทำให้การขนส่งสินค้าและการเดินทางของประชาชนในพื้นที่สะดวกยิ่งขึ้น + สร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาเมืองศูนย์กลางให้น่าอยู่ ทั้งระบบสาธารณูปโภค สิ่งแวดล้อม และการบริหารจัดการที่ดี - ประชาชนบางกลุ่มอาจได้รับผลกระทบจากการจัดวางผังเมืองใหม่ ต้องวางแผนบรรเทาปัญหา
<u>**ยุทธศาสตร์ด้านการค้า / เขตเศรษฐกิจพิเศษ / การค้าชายแดน**</u> ● **ตำแหน่งยุทธศาสตร์การค้า (กระทรวงพาณิชย์)** – ศูนย์กลางการบริการและการค้าสี่แยกอินโดจีนและประตูสู่เมียนมา	+ เกิดความเชื่อมโยงทางการค้าในห่วงโซ่มูลค่าระหว่างภาคการผลิตและกระจายสินค้าทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ - ผู้ประกอบการบางรายต้องปรับตัวเพื่อบรรเทาผลกระทบที่อาจได้รับจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างที่

นโยบาย / แผนยุทธศาสตร์	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
● **เชื่อมโยงการพัฒนาเศรษฐกิจตามแนวพื้นที่ชายแดน เขตเศรษฐกิจชายแดน ตลอดจนเชื่อมโยงระบบการผลิตกับพื้นที่ตอนในของประเทศ** ● **ตาก** – อุตสาหกรรมใช้แรงงานเข้มข้น เฟอร์นิเจอร์และโลจิสติกส์	เกิดจากการย้ายฐานการผลิตข้ามไปยังเขตแดนของเพื่อนบ้านเพื่อรับประโยชน์ด้านภาษี
<u>**แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด**</u> ● **วิสัยทัศน์กลุ่มจังหวัด** ศูนย์กลางการบริการสี่แยกอินโดจีน ● **จุดเน้นยุทธศาสตร์ (Positioning)** 1. เกษตร (ข้าว อ้อย มันสำปะหลัง แปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตร) 2. การค้าชายแดน อุตสาหกรรม โลจิสติกส์ 3. ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประวัติศาสตร์ ● **ประเด็นยุทธศาสตร์** 1. พัฒนากระบวนการผลิต การบริหารจัดการการตลาดสินค้าเกษตรและสินค้าชุมชน 2. พัฒนาโครงข่ายการค้า การลงทุน การบริการเครือข่ายคมนาคมขนส่งสี่แยกอินโดจีนและอาเซียน 3. พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม อารยธรรม สังคม กีฬาและสุขภาพ 4. บริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	+ ได้รับประโยชน์จากการเป็นทางผ่านที่สำคัญของการค้าระหว่างประเทศ + ได้ประโยชน์จากงบพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งของภาคอุตสาหกรรมสมัยใหม่ เกษตรแปรรูป และท่องเที่ยว + ประชาชนและบุคลากรได้รับการพัฒนาความรู้ความสามารถและมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

3.3.3 การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญจากข้อมูลตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนาของพื้นที่ (Benchmarking)

หลังจากที่มีการวิเคราะห์ผลกระทบเชิงนโยบาย และยุทธศาสตร์สำคัญ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External Factors) ที่เข้ามากระทบแล้ว พื้นที่ยังจะต้องมีการวิเคราะห์ศักยภาพของปัจจัยภายใน (Internal Factors) ด้วยจึงได้มีการนำเครื่องมือที่มีชื่อว่า การวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดของกระทรวงมหาดไทย (MOI Benchmarking) เข้ามาใช้และประเมินผลการดำเนินงานเชิงเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่นๆ ของประเทศผ่านตัวชี้วัดในด้านต่างๆทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อประเมินถึงจุดแข็ง และจุดอ่อนในแต่ละด้าน

อย่างไรก็ตาม ด้วยขอบเขตของการศึกษาที่มุ่งเน้นในเรื่องของเศรษฐกิจเป็นสำคัญ จึงได้มีการคัดเลือกและหยิบยกเฉพาะตัวชี้วัดทางด้านเศรษฐกิจขึ้นมาวิเคราะห์ประเด็นสำคัญเป็นหลัก ซึ่งมีรายละเอียด ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.9-5: สรุปตัวชี้วัดที่สำคัญต่อพื้นที่กลุ่มที่ 9

ตัวชี้วัดที่สำคัญ	คะแนน	หน่วยวัด	อันดับ
อัตราพึ่งพิง*	50.24	ร้อยละ	13
คนอายุ 15 -60 ปีเต็ม มีอาชีพและมีรายได้	97.55	ร้อยละ	14
คนอายุมากกว่า 60 ปีเต็มขึ้นไป มีอาชีพและมีรายได้	93.05	ร้อยละ	13
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	19.46	ร้อยละ	6
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	30.35	ร้อยละ	5
ผลผลิตสินค้าเกษตรสำคัญต่อไร่	2,062	กก.ต่อไร่	4
อัตราการเพิ่มของผลผลิตสินค้าเกษตรเฉลี่ย	6.51	ร้อยละ	6
อัตราส่วนฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์ม (GAP) ต่อจำนวนฟาร์มทั้งหมด	1.66	ร้อยละ	11
จำนวนโรงงาน / สปก ผลิตสินค้าเกษตรและอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP / HACCP	17	แห่ง	13
สัดส่วนรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตรต่อรายได้เงินสดสุทธิของครัวเรือนเกษตร	40.51	ร้อยละ	6
สัดส่วนหนี้เสียต่อปริมาณเงินให้กู้ยืม (ร้อยละ)*	2.27	ร้อยละ	5
สัดส่วนปริมาณเงินกู้ยืมต่อรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตร (ร้อยละ)*	173.28	ร้อยละ	12
สัดส่วนหนี้ในระบบต่อหนี้ทั้งหมด	98.62	ร้อยละ	7
อัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนเกษตรกรในพื้นที่	1.8	ร้อยละ	8
สัดส่วนปริมาณพืชพลังงานต่อสินค้าเกษตรทั้งหมด	76.35	ร้อยละ	11
สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาอุตสาหกรรมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	15.47	ร้อยละ	11
อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด	-4.48	ร้อยละ	16
อัตราเงินเฟ้อ*	-0.76	ร้อยละ	6
ผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย	35,626.19	บาท / คน / ปี	13
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	25.13	ร้อยละ	7
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดสาขาการขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคมต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์	3.14	ร้อยละ	12
ปริมาณการใช้น้ำมันดีเซล	677,860.13	พันลิตร	10
ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน	273,651.18	พันลิตร	12
ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าเฉลี่ยต่อราย*	3,377.52	กิโลวัตต์ / ชั่วโมง / ราย	6

ที่มา : ฐานข้อมูลระบบการวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดของกระทรวงมหาดไทย (MOI Benchmarking)

หมายเหตุ : *ตัวชี้วัดแบบผกผัน

จากข้อมูลตัวชี้วัดข้างต้น หากวิเคราะห์และพิจารณาตามแนวคิด Quartile โดยเป็นการนำตัวชี้วัดของกลุ่มพื้นที่ทั้ง 18 กลุ่มทั้งหมดมาเรียงลำดับ และจัดแบ่งเป็นกลุ่ม 4 กลุ่ม ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.9-6: การจักตำแหน่งตามแนวคิด Quartile เพื่อระบุศักยภาพการพัฒนา

Quartile	ระดับศักยภาพ	ช่วงอันดับ
Quartile 1	ดีมาก	1 - 4
Quartile 2	ดี	5 - 8
Quartile 3	ปานกลาง	9 - 13
Quartile 4	ต้องปรับปรุง	14 - 18

- **สรุปประเด็นการวิเคราะห์ตัวชี้วัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด**

จากตัวชี้วัดข้างต้น จึงสามารถสรุปประเด็นทางด้านศักยภาพในภาพรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 9 ซึ่งประกอบไปด้วยจังหวัดตาก จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดสุโขทัย จังหวัดเพชรบูรณ์ และจังหวัดอุตรดิตถ์ ได้ดังนี้

1) สถานการณ์ทางด้านแรงงานในกลุ่มจังหวัดอยู่ในระดับที่ต้องปรับปรุงเนื่องจากสัดส่วนคนมีงานทำในคนวัยทำงานค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นใน 18 กลุ่ม [คนอายุ 15 - 60 ปีเต็ม มีอาชีพและมีรายได้ (14)] และหากพิจารณาร่วมกับตัวชี้วัดทางด้านผลิตภาพแรงงาน อาจกล่าวได้ว่าแรงงานของกลุ่มจังหวัด มีศักยภาพระดับปานกลางเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น [ผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย (13)]
2) อัตราการพึ่งพิงอยู่ในระดับปานกลางที่ไม่ค่อยดีนักเนื่องจากจำนวนประชากรกลุ่มเด็กและผู้สูงอายุสูงกว่าประชากรในวัยทำงาน [คนอายุมากกว่า 60 ปีเต็มขึ้นไป มีอาชีพและมีรายได้ (13), อัตราพึ่งพิง (13)]
3) ในภาพรวมเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดมีอัตราการขยายตัวในระดับต้องปรับปรุง เนื่องจากเศรษฐกิจหดตัวค่อนข้างมาก [อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด ณ ราคาปัจจุบัน (16)] โดยมีตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจหลักเป็นภาคบริการ [สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (7), สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดสาขาการขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคมต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์ (12)]
4) สัดส่วนภาคการเกษตรและอุตสาหกรรมต่อเนื่องการเกษตรของกลุ่มจังหวัด ถือว่าอยู่ในระดับค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับกลุ่มจังหวัดอื่น [สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (6), สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (5)] แต่หากพิจารณาจากข้อมูลในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2556 – 2558 พบว่าภาคการเกษตรหดตัวอย่างต่อเนื่อง

3.3.4 การวิเคราะห์ SWOT ของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 9

จากการประมวลและวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย และยุทธศาสตร์ ซึ่งสะท้อนในมุมของปัจจัยภายนอก (External Factors) และการวิเคราะห์ประเด็นตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนา ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของปัจจัยภายใน (Internal Factors) นั้น จึงสามารถนำข้อมูลทั้งหมดมาทบทวนประเด็นศักยภาพ (SWOT) ของพื้นที่ในภาพรวม โดยอ้างอิงจากข้อมูลที่มีอยู่เดิม ได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)

S1 ที่ตั้งอยู่ในแนวการเชื่อมโยงตามแนว North-South และ East-West Corridor โดยมีโครงข่ายคมนาคมพื้นฐานที่รองรับการเชื่อมโยงทั้งทางบกและทางอากาศของอนุภูมิภาคอินโดจีน

S2 มีช่องทางการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนกับประเทศเมียนมาร์ผ่านด่านพรมแดนแม่สอด และลาวผ่านด่านผ่านแดนภูดู่

S3 เป็นที่ตั้งของเขตเศรษฐกิจพิเศษแม่สอด มีศักยภาพในการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าชายแดนจังหวัดอุตรดิตถ์

S4 มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่โดดเด่นเป็นมรดกโลก ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยและศรีสัชนาลัย เมืองเก่าและวัดพระพุทธชินราช จังหวัดพิษณุโลก งานลอยกระทงสาย จังหวัดตาก และมีแหล่งท่องเที่ยงทางธรรมชาติที่สวยงามกระจายครอบคลุมทุกพื้นที่ของกลุ่มจังหวัด เช่น เขื่อนภูมิพล จังหวัดตาก ทุ่งแสลงหลวง ภูหินร่องกล้า จังหวัดพิษณุโลก เขื่อนสิริกิติ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว และภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์

S5 มีสถาบันอุดมศึกษาในการพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับและสนับสนุนการพัฒนา และเป็นกำลังสำคัญในการสนับสนุนงานวิจัยเพื่อการพัฒนา

S6 เป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรที่สำคัญของภาคเหนือตอนล่างและของประเทศ

S7 มีเศษวัสดุทางการเกษตรจำนวนมาก

จุดอ่อน (Weaknesses)

W1 ยังไม่มีการจัดตั้งศูนย์เพื่อรองรับการพัฒนาด้านการค้า การบริการ และการท่องเที่ยว อาทิ ศูนย์จำหน่ายและกระจายสินค้า และศูนย์ข้อมูลการพัฒนา ด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น

W2 รายได้ด้านการท่องเที่ยวยังต่ำเมื่อเทียบกับกลุ่มจังหวัดอื่นและขาดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อเนื่องทั้งปี

W3 ขาดการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในเชิงพาณิชย์ ขาดการประยุกต์ใช้นวัตกรรมในการผลิต แปรรูปสินค้าเกษตร การค้า และบริการ รวมถึงการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

W4 พื้นที่บางส่วนประสบอุทกภัยและภัยแล้งซ้ำซาก

W5 ความรู้ความเข้าใจและการปรับตัวของผู้ประกอบการในการเป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนยังอยู่ในขอบเขตจำกัด

โอกาส (Opportunities)

O1 เป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง สามารถขยายตลาดการค้า บริการ การท่องเที่ยว และสินค้าเกษตร

O2 มติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม 2540 ให้พัฒนาจังหวัดในกลุ่มพื้นที่ “สี่แยกอินโดจีน”เอื้อต่อการพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศโดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเชื่อมโยงตามแนว East-West Corridor

O3 นโยบายรัฐบาลมีนโยบายจัดตั้งและพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

O4 นโยบายรัฐบาลสนับสนุนส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวและการลงทุนด้านการคมนาคมขนส่ง

O5 ความสัมพันธ์และความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศมีแนวโน้มดีขึ้น

อุปสรรค (Threats)

T1 กฎระเบียบการค้าผ่านแดนไปยังประเทศเพื่อนบ้านยังมีข้อจำกัดและขั้นตอนที่เข้มงวด ไม่เอื้ออำนวยการค้าชายแดน

T2 นโยบายการเปิดการค้าเสรีอาจส่งผลกระทบต่อสินค้าภาคเกษตรกลุ่มจังหวัด

T3 ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการใช้สารเคมีในภาคเกษตรอย่างไม่ถูกวิธี มีแนวโน้มที่รุนแรงและขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

จากการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 9 ด้วยข้อมูลด้านเศรษฐกิจที่สำคัญของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 9 รวมถึงข้อมูลผลกระทบของด้านโยบายสำคัญที่ถูกถ่ายทอดมายังพื้นที่จังหวัด ประกอบกับการวิเคราะห์แผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง สามารถวิเคราะห์ได้ถึงแนวทางการพัฒนาที่สำคัญของพื้นที่จังหวัด และสามารถสรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของพื้นที่กลุ่ม 9 ซึ่งจะแสดงออกในรูปแบบจุดเน้น หรือตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของพื้นที่และมีผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โดยในการฝึกอบรมเพื่อพัฒนารูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้นำแนวคิดของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) และห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) เข้ามาปรับใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนเพื่อให้การขับเคลื่อนมีทิศทางที่ชัดเจนมากที่สุด ซึ่งมีสรุปผลการอบรมเชิงปฏิบัติการของแต่ละจังหวัดในกลุ่มที่ 9 ดังนี้

3.3.5 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดตาก

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดตาก

จังหวัดตาก ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

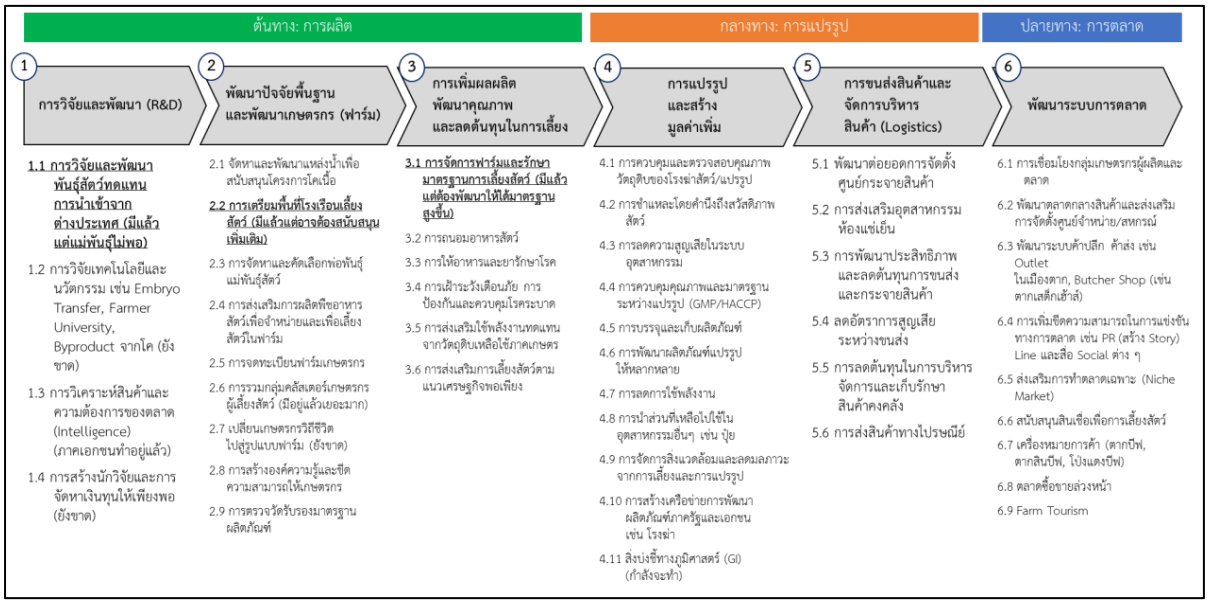
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
โคเนื้อ	- โคเนื้อพันธุ์ตาก กรมปศุสัตว์ได้มอบหมายให้ศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์ตาก ทำการคัดเลือกและปรับปรุงพันธุ์ให้เป็นโคเนื้อพันธุ์ใหม่ที่โตเร็ว เนื้อนุ่ม เพื่อทดแทนการนำเข้าพันธุ์โคและเนื้อโคคุณภาพดีจากต่างประเทศ - ยังมีเกษตรกรไม่มาก แต่รวมตัวกันได้ดีในชื่อกลุ่มเครือข่ายพัฒนาโคเนื้อตาก ซึ่งมีสมาชิกปัจจุบันประมาณ 400 ครัวเรือนกระจายอยู่ใน 7 อำเภอ มีการแบ่งงานกันทำอย่างเป็นระบบที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นห่วงโซ่มูลค่า ได้แก่ ผู้เลี้ยงแม่พันธุ์ เลี้ยงลูกหย่านม และเลี้ยงโคขุน โดยมีกลุ่มเป็นผู้บริหารจัดการและจัดหาสินเชื่อให้แก่เกษตรกรในรูปของการให้ยืมวัวไปเลี้ยง ซึ่งเป็นรูปแบบการให้สินเชื่อที่ประสบความสำเร็จ - ตลาดในประเทศและส่งออกเติบโตอย่างต่อเนื่องตามความต้องการของตลาดประเทศจีน โดยราคาโคเนื้อเติบโตอย่างรวดเร็วหลังจาก ปี 2554 เป็นต้นมา
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	- มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์เป็นที่รู้จักของทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติตากสิน เขื่อนภูมิพล น้ำตกทีลอซู ดอยหัวหมด อุทยานแห่งชาติแม่เมย เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าอุ้มผาง สถานีทดลองพืชสวนดอยมูเซอ ดอยสอยมาลัย น้ำตกพาเจริญ เป็นต้น - มีงานประเพณีของท้องถิ่นที่ขึ้นชื่อ เช่น งานกระทงสาย

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: โคเนื้อ</u>

ภายใต้ประเด็นโคเนื้อ ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร (ฟาร์ม) 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุนในการเลี้ยง 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่าง ในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โคเนื้อ ของจังหวัดตาก



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.1 การวิจัยและพัฒนาพันธุ์สัตว์ทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ 1.2 การวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เช่น Embryo Transfer, Farmer University, Byproduct จากโค 1.4 การสร้างนักวิจัยและการจัดหาเงินทุนให้เพียงพอ
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร (ฟาร์ม)	2.2 การเตรียมพื้นที่โรงเรือนเลี้ยงสัตว์ 2.7 เปลี่ยนเกษตรกรวิถีชีวิตไปสู่รูปแบบฟาร์ม
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุนในการเลี้ยง	3.1 การจัดการฟาร์มและรักษามาตรฐานการเลี้ยงสัตว์
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.11 สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)

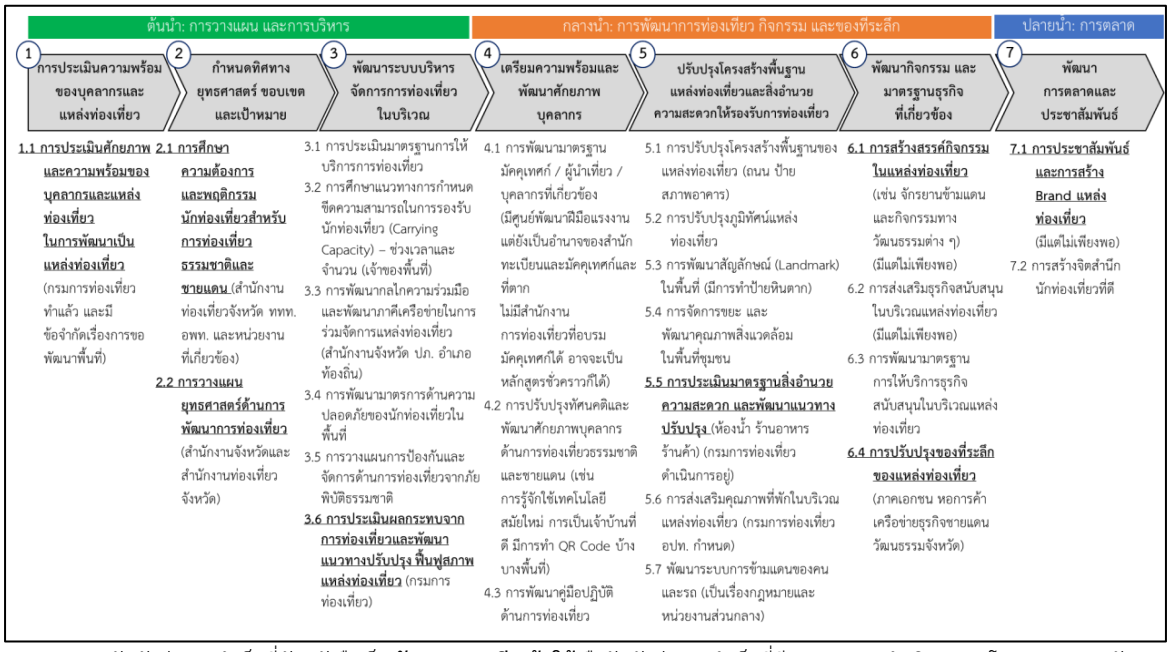
จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง</u> (Gap)	แนวทางการพัฒนา[1]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
2.2, 2.7, 3.1	โครงการยกระดับมาตรฐานการเลี้ยงโค	การสนับสนุนปัจจัยการผลิตเพื่อเชิญชวนให้มีการพัฒนาฟาร์มมากขึ้น	กรมปศุสัตว์
1.1, 1.2, 1.4, 4.11	โครงการย้ายฝากตัวอ่อนโคพันธุ์ตาก	ให้หน่วยงานราชการซื้อและขาย Embryo ระหว่างกัน แล้วขายให้เกษตรกร	กรมปศุสัตว์

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ</u>

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การประเมินความพร้อม ของบุคลากรและแหล่งท่องเที่ยว 2) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย 3) พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณ 4) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร 5) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 6) พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และ 7) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของจังหวัดตาก



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**<u>ตัวหนา และขีดเส้นใต้</u>** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

[1]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
4. เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	4.1 การพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว / บุคลากรที่เกี่ยวข้อง
6. พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	6.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (เช่น จักรยานข้ามแดน และกิจกรรมทางวัฒนธรรมต่าง ๆ) 6.2 การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว
7. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.1 การประชาสัมพันธ์และการสร้าง Brand แหล่งท่องเที่ยว

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[2]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
4.1	โครงการฝึกอบรมมัคคุเทศก์เพื่อการอาชีพ	อบรมมัคคุเทศก์เพื่อทำให้บุคลากรในพื้นที่มีอาชีพมัคคุเทศก์ทั้งในเวลาและนอกเวลา (Part-time) อย่างถูกต้องตามกฎหมาย เช่น จังหวัดลำปาง ร่วมมือกับสถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่จัดการฝึกอบรมนำร่อง เป็นต้น	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
6.1, 6.2, 7.1	โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดตาก	ร่วมมือกับประเทศเมียนมาจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในพื้นที่ชายแดน ในจังหวัดตาก จังหวัดข้างเคียง และพื้นที่บางส่วนในสาธารณแห่งสหภาพเมียนมา	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

[2]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ของจังหวัดตาก

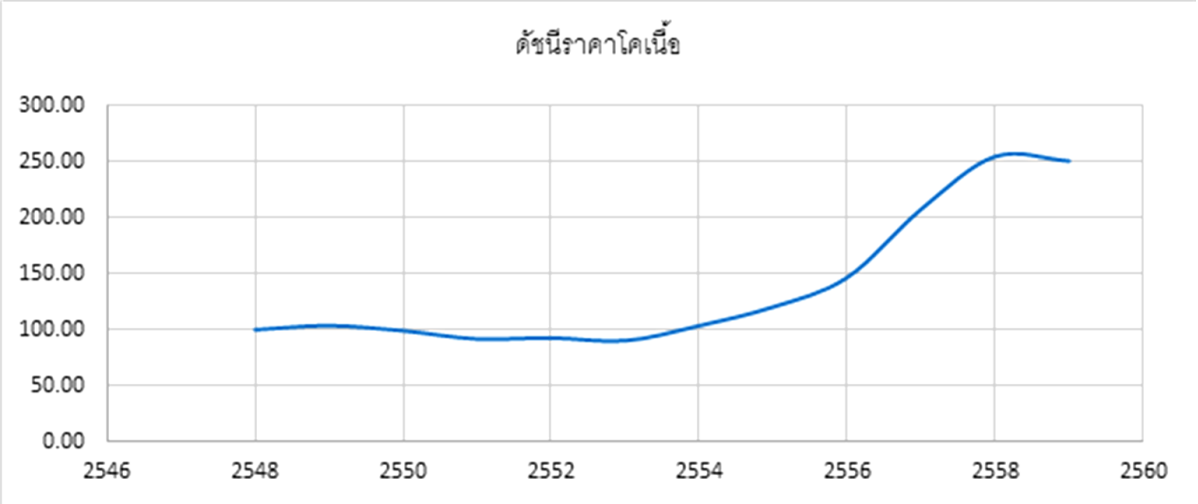
ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด ซึ่งในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ตามรายละเอียดต่อไปนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: โคเนื้อ

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- โคเนื้อพันธุ์ตาก กรมปศุสัตว์ได้มอบหมายให้ศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์ตาก ทำการคัดเลือกและปรับปรุงพันธุ์ให้เป็นโคเนื้อพันธุ์ใหม่ที่โตเร็ว เนื้อนุ่ม เพื่อทดแทนการนำเข้าพันธุ์โคและเนื้อโคคุณภาพดีจากต่างประเทศ
- ยังมีเกษตรกรไม่มาก แต่รวมตัวกันได้ดีในชื่อกลุ่มเครือข่ายพัฒนาโคเนื้อตาก ซึ่งมีสมาชิกปัจจุบันประมาณ 400 ครัวเรือนกระจายอยู่ใน 7 อำเภอ มีการแบ่งงานกันทำอย่างเป็นระบบที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นห่วงโซ่มูลค่า ได้แก่ ผู้เลี้ยงแม่พันธุ์ เลี้ยงลูกหย่านม และเลี้ยงโคขุน โดยมีกลุ่มเป็นผู้บริหารจัดการและจัดหาสินเชื่อให้แก่เกษตรกรในรูปของการให้ยืมวัวไปเลี้ยง ซึ่งเป็นรูปแบบการให้สินเชื่อที่ประสบความสำเร็จ
- ตลาดในประเทศและส่งออกเติบโตอย่างต่อเนื่องตามความต้องการของตลาดประเทศจีน โดยราคาโคเนื้อเติบโตอย่างรวดเร็วหลังจาก ปี 2554 เป็นต้นมา

แผนภาพที่ 3.9–1: ดัชนีราคาโคเนื้อ ปี 2546 – 2560



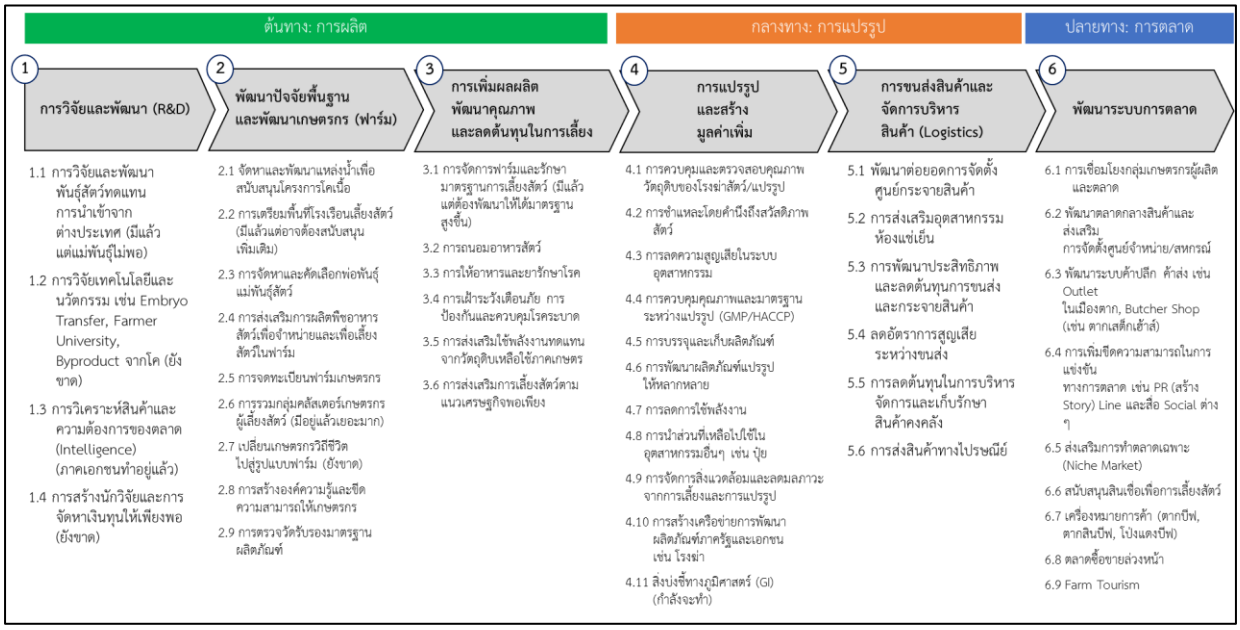
ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ(Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.9–2: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โคเนื้อ ของจังหวัดตาก



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.9-7: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[3]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1	โครงการพัฒนาแม่พันธุ์โคเนื้อ	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	พัฒนาแม่พันธุ์เพื่อให้ได้แม่พันธุ์ที่เหมาะสมกับพื้นที่
2.2	โครงการสนับสนุนโรงเลี้ยงโคเนื้อแก่เกษตร	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	เพื่อสนับสนุนโรงเรือนเลี้ยงโคเนื้อแก่กลุ่มเกษตรกร
3.1	โครงการอบรมมาตรฐานการเลี้ยงโคเนื้อ	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	เพื่อยกระดับมาตรฐานการเลี้ยงโคเนื้อของเกษตรกร

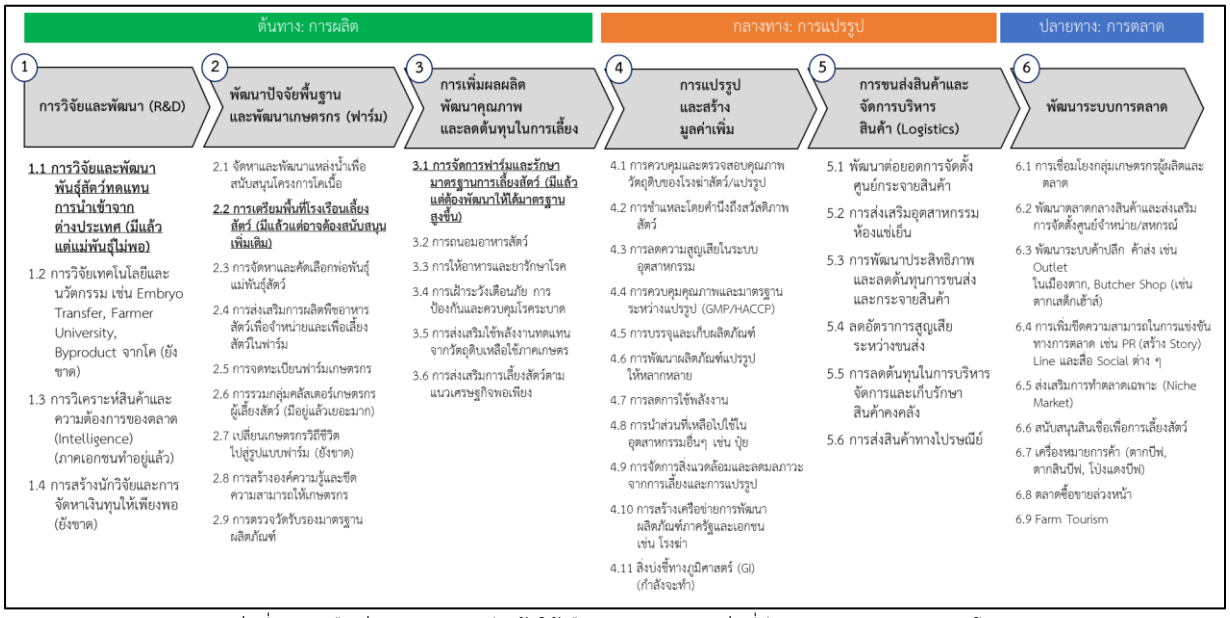
จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

[3]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ตารางที่ 3.9-8: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.1 การวิจัยและพัฒนาพันธุ์สัตว์ทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ 1.2 การวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เช่น Embryo Transfer, Farmer University, Byproduct จากโค 1.4 การสร้างนักวิจัยและการจัดหาเงินทุนให้เพียงพอ
2.พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร (ฟาร์ม)	2.2 การเตรียมพื้นที่โรงเรือนเลี้ยงสัตว์ 2.7 เปลี่ยนเกษตรกรวิถีชีวิตไปสู่รูปแบบฟาร์ม
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุนในการเลี้ยง	3.1 การจัดการฟาร์มและรักษามาตรฐานการเลี้ยงสัตว์
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.11 สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)

แผนภาพที่ 3.9–3: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โคเนื้อ ของจังหวัดตาก



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดตาก

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหา หรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.9-9: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[4]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
2.2, 2.7, 3.1	โครงการยกระดับมาตรฐานการเลี้ยงโค	การสนับสนุนปัจจัยการผลิตเพื่อเชิญชวนให้มีการพัฒนาฟาร์มมากขึ้น	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด
1.1, 1.2, 1.4, 4.11	โครงการย้ายฝากตัวอ่อนโคพันธุ์ตาก	ให้หน่วยงานราชการซื้อและขาย Embryo ระหว่างกัน แล้วขายให้เกษตรกร	สนง.ปศุสัตว์จังหวัด

[4]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการยกระดับมาตรฐานการเลี้ยงโค
ที่มา / หลักการและเหตุผล: จังหวัดตากเป็นแหล่งเลี้ยงโค หนาแน่นจังหวัดหนึ่ง การเลี้ยงโคมีหลายแบบ เลี้ยงแบบปล่อย เลี้ยงแบบฟาร์ม ส่วนใหญ่จะเลี้ยงกันแบบปล่อย ตามวิถีเดิม ๆ ปัจจุบัน โค มีราคาต่อตัวค่อนข้างสูง จึงมีความจำเป็นที่จะต้องเปลี่ยนวิถีมาเลี้ยงแบบประณีต โดยการเลี้ยงในคอกกว้าง มีโรงเรือนให้โคอยู่ และหาอาหารมาให้โคกิน โดยการปลูกพืชอาหารสัตว์ ที่มีคุณภาพ ทำให้โคมีสุขภาพดี และเจริญเติบโตดีขึ้น
สรุปแนวคิดโครงการ • เพื่อยกระดับมาตรฐานการเลี้ยงโค โดยมีการจัดการที่ดี การป้องกันโรคที่ดี (Good Farming Management) พัฒนาสู่มาตรฐานฟาร์ม จำนวน 100 ฟาร์ม
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • สำนักงานปศุสัตว์อำเภอออกส่งเสริมให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนมาเลี้ยงโคแบบประณีต โดยให้เกษตรกรทำโรงเรือน และรัฐจะสนับสนุนปัจจัยการผลิต เป็นวัสดุทำโรงเรือน เป็นอาหารโค วัคซีน วิตามิน ยาฆ่าเชื้อโรค และอื่น ๆ สนับสนุนท่อนพันธุ์พืชอาหารสัตว์ เช่น เนเปียร์ปากช่อง 1 • เกษตรกรจะต้องผ่านการอบรม การจัดการ การป้องกันโรคที่ดี (Good Farming Management)
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กลุ่มผู้เลี้ยงโค กลุ่มวิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ขุนโค สำนักงานปศุสัตว์อำเภอ ร่วมดำเนินการ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดตาก
ผลลัพธ์: ยกระดับมาตรฐานการเลี้ยงโค โดยมีการจัดการที่ดี การป้องกันโรคที่ดี (Good Farming Management) พัฒนาสู่มาตรฐานฟาร์ม
ผลผลิต: เกษตรกรสามารถปรับเปลี่ยนวิถี สู่การเลี้ยงโคในระบบฟาร์ม จำนวน 100 ฟาร์ม
ตัวชี้วัดของโครงการ: ร้อยละ 90 ของฟาร์มเกษตรกร ได้รับการรับรองมาตรฐาน (Good Farming Management)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่น ๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ประชาสัมพันธ์โครงการและรับสมัครเกษตรกร	ต.ค. 60			สำนักงานปศุสัตว์อำเภอทุกอำเภอ	
2. อบรมให้ความรู้เกษตรกรเรื่องการจัดการ และการเลี้ยงที่ดี (Good Farming Management)	ต.ค. 60	50,000		สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดตาก	
3. จัดหาปัจจัยการผลิต	ต.ค. 60 – พ.ย. 60	600,000		สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดตาก	
4. สนับสนุนปัจจัยการผลิต	ธ.ค. 60	-		สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดตาก	
5. ตรวจรับรองมาตรฐานฟาร์ม (Good Farming Management)	มี.ค. 61 – ก.ย. 61	50,000		สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดตาก	
6. ติดตามและประเมินผลโครงการ	ม.ค. 61 – ก.ย. 61	100,000		สำนักงานปศุสัตว์อำเภอทุกอำเภอ ร่วมกับ สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดตาก	
รวม		800,000			

ชื่อโครงการ: โครงการย้ายฝากตัวอ่อนโคพันธุ์ตาก
ที่มา / หลักการและเหตุผล: จังหวัดตาก เป็นแหล่งกำเนิดโคพันธุ์ตาก เป็นพันธุ์โคเนื้อที่สร้างขึ้นใหม่จากการผสมพันธุ์และปรับปรุงพันธุ์ให้เป็นโคที่เติบโตเร็วในสภาพแวดล้อมการเลี้ยงดูของประเทศไทย มีสายเลือดโคพันธุ์ชาร์โรเลส์ 62.5 % โคพันธุ์ไทยบราห์มัน 37.5 % ให้เนื้อคุณภาพดีที่สามารถสนองความต้องการของตลาดเนื้อโคชั้นสูง แต่จากสภาพปัญหาในปัจจุบัน โคพันธุ์ตากจะมีเลี้ยงอยู่ตามศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์ตาก สถานีทดสอบพันธุ์สัตว์นครไทย และสถานีทดสอบพันธุ์สัตว์นครสวรรค์ จำนวนประมาณ 500 ตัว และในฟาร์มเครือข่ายโคพันธุ์ตากอีกจำนวนหนึ่ง เป็นปัญหาสำหรับการพัฒนาสายพันธุ์
สรุปแนวคิดโครงการ เพื่อให้มีโคพันธุ์ตากอยู่ในครอบครองของเกษตรกร
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • ประชาสัมพันธ์เกษตรกรเข้าร่วมโครงการ • จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ รวมทั้ง ฮอร์โมน เกี่ยวกับการย้ายฝากตัวอ่อน และอื่น ๆ • จัดเก็บตัวอ่อนโคพันธุ์ตาก ให้เพียงพอ • ย้ายฝากตัวอ่อนโคพันธุ์ตากให้กับแม่โคของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • ศูนย์วิจัยการผสมเทียมและเทคโนโลยีชีวภาพ พิษณุโลก จัดเก็บตัวอ่อนโคพันธุ์ตาก ที่ศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์ตาก และอบรมให้ความเจ้าหน้าที่ผสมเทียมในจังหวัดตาก เพื่อเป็นผู้ช่วยในการย้ายฝากตัวอ่อน ในฟาร์มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดตาก
ผลลัพธ์: เกษตรกรมีคุณภาพชีวิตที่ดีมากขึ้น และโคพันธุ์ตากแพร่หลายมากขึ้น
ผลผลิต: จำนวนแม่โคติดตั้งท้องลูกโคพันธุ์ตาก จำนวน 100 ตัว
ตัวชี้วัดของโครงการ: ร้อยละ 60 ของแม่โคที่เข้าร่วมโครงการติดตั้งท้องและคลอดลูกโคพันธุ์ตาก

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ประชาสัมพันธ์โครงการและรับสมัครเกษตรกร	ต.ค. 60			สำนักงานปศุสัตว์อำเภอทุกอำเภอ	
2. จัดหาวัสดุอุปกรณ์ ฮอร์โมนที่เกี่ยวข้องกับการย้ายฝากตัวอ่อนและอื่น ๆ	ต.ค. 60 – พ.ย. 60	800,000		สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดตาก	
3. จัดเก็บตัวอ่อนโคพันธุ์ตาก	ธ.ค. 60 – มี.ค. 61	200,000		ศูนย์วิจัยการผสมเทียมและเทคโนโลยีชีวภาพพิษณุโลกร่วมกับศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์ตาก	
4. อบรมเจ้าหน้าที่ผสมเทียม ให้มีความรู้เรื่องการย้ายฝากตัวอ่อน	ธ.ค. 60	10,000		ศูนย์วิจัยการผสมเทียมและเทคโนโลยีชีวภาพพิษณุโลก	
5. ย้ายฝากตัวอ่อนโคพันธุ์ตากให้กับแม่โคที่เข้าร่วมโครงการ	ม.ค. 61 – มิ.ย. 61	30,000		ศูนย์วิจัยการผสมเทียมและเทคโนโลยีชีวภาพพิษณุโลก ร่วมกับเจ้าหน้าที่ผสมเทียม	
6. ติดตามลูกเกิด	ต.ค. 61 – มี.ค. 62	30,000		เจ้าหน้าที่ผสมเทียม	
7. รับรองสายพันธุ์โคพันธุ์ตาก	ต.ค. 61 – มี.ค. 62	10,000		ศูนย์วิจับและบำรุงพันธุ์สัตว์ตาก	
8. ติดตามและประเมินผลโครงการ	ต.ค. 61 – ก.ย. 62	100,000		สำนักงานปศุสัตว์อำเภอทุกอำเภอร่วมกับสำนักงานปศุสัตว์จังหวัดตาก	
9. ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication) เนื้อโคพันธุ์ตากกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา				สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดตาก	

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์เป็นที่รู้จักของทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติตากสิน เขื่อนภูมิพล น้ำตกทีลอซู ดอยหัวหมด อุทยานแห่งชาติแม่เมย เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าอุ้มผาง สถานีทดลองพืชสวนดอยมูเซอ ดอยสอยมาลัย น้ำตกพาเจริญ เป็นต้น
- มีงานประเพณีของท้องถิ่นที่ขึ้นชื่อ เช่น งานกระทงสาย

ตารางที่ 3.9-10: จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ปี 2556 – 2558

จังหวัด	ข้อมูลการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1						
	จำนวนนักท่องเที่ยว	ปี 2556 (คน)	ปี 2557 (คน)	ปี 2558 (คน)	รายได้จากการท่องเที่ยว ปี 2558 (ล้านบาท)	ระยะเวลาการพำนักในพื้นที่เฉลี่ย (วัน)	ค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวเฉลี่ย/คน/วัน (บาท)
พิษณุโลก	**ทั้งหมด**	**2,714,770**	**2,811,609**	**2,968,364**	**7,098.01**	**2.08**	**1,438.63**
	ชาวไทย	2,521,346	2,620,089	2,770,759	6,402.71	2.1	1,390.97
	ชาวต่างชาติ	193,424	191,520	197,605	695.30	1.9	2,102.05
เพชรบูรณ์	**ทั้งหมด**	**1,792,327**	**1,845,821**	**1,915,786**	**5,792.37**	**2.49**	**1,287.29**
	ชาวไทย	1,770,205	1,823,978	1,893,150	5,715.20	2.48	1,283.90
	ชาวต่างชาติ	22,122	21,843	22,636	77.17	3.08	1,599.15
อุตรดิตถ์	**ทั้งหมด**	**756,933**	**784,214**	**852,441**	**1,551.73**	**1.83**	**1,159.92**
	ชาวไทย	750,090	777,332	844,971	1,540.39	1.83	1,160.37
	ชาวต่างชาติ	6,843	6,882	7,470	11.34	1.87	1,103.22
สุโขทัย	**ทั้งหมด**	**1,116,585**	**1,177,107**	**1,246,967**	**3,032.30**	**2.17**	**1,385.96**
	ชาวไทย	807,413	856,673	907,556	2,102.01	2.1	1,316.98
	ชาวต่างชาติ	309,172	320,434	339,411	930.29	2.43	1,572.00
ตาก	**ทั้งหมด**	**1,653,513**	**1,757,187**	**1,904,751**	**5,831.73**	**2.13**	**1,618.99**
	ชาวไทย	1,618,293	1,721,389	1,866,591	5,689.10	2.12	1,611.75
	ชาวต่างชาติ	35,220	35,798	38,160	142.63	2.67	1,972.21
กลุ่มจังหวัดฯ	**ทั้งหมด**	**8,034,128**	**8,375,938**	**8,888,309**	**23,306.14**	**2.14**	**1,378.16**
	ชาวไทย	7,467,347	7,799,461	8,283,027	21,449.41	2.13	1,352.79
	ชาวต่างชาติ	566,781	576,477	605,282	1,856.73	2.39	1,669.73

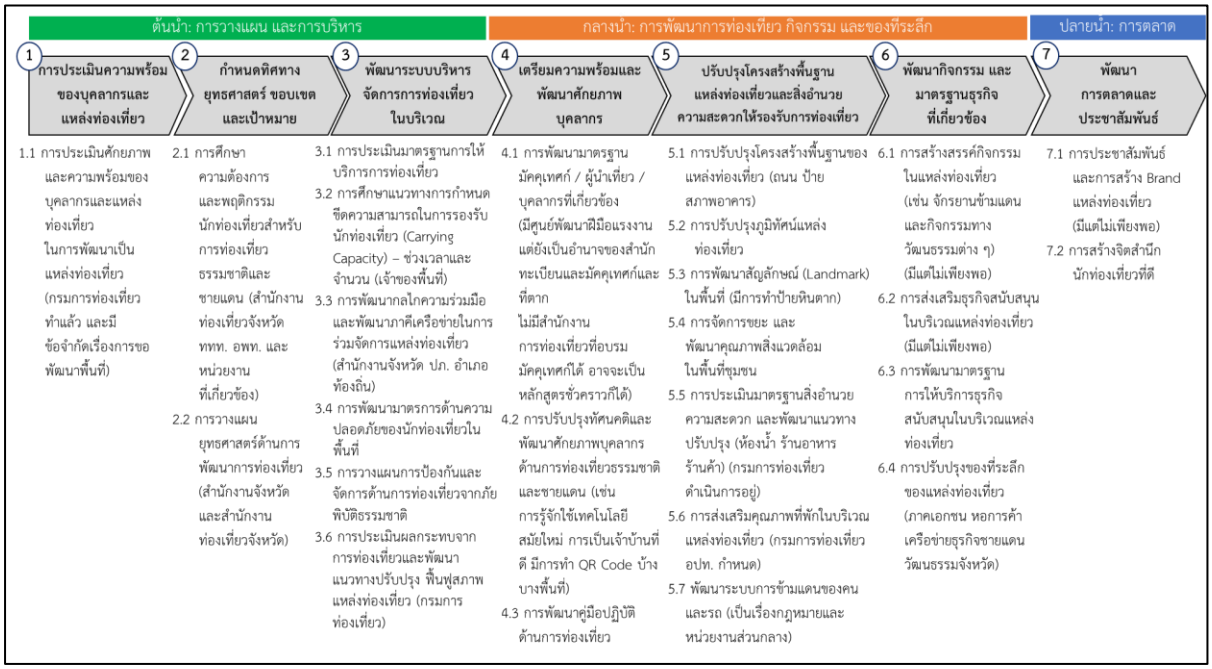
ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 4 ปี

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ(Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.9–4: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของจังหวัดตาก



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.9-11: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[5]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
4.1	โครงการฝึกอบรมมัคคุเทศก์เพื่อการอาชีพ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	อบรมมัคคุเทศก์เพื่อทำให้บุคลากรในพื้นที่มีอาชีพมัคคุเทศก์ทั้งในเวลาและนอกเวลา (Part-time) อย่างถูกต้องตามกฎหมาย เช่น จังหวัดลำปางร่วมมือกับสถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่จัดการฝึกอบรมนำร่อง เป็นต้น
6.1, 6.2, 7.1	โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดตาก	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	ร่วมมือกับประเทศเมียนมาจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในพื้นที่ชายแดน ในจังหวัดตาก จังหวัดข้างเคียง และพื้นที่บางส่วนในสาธารณแห่งสหภาพเมียนมา

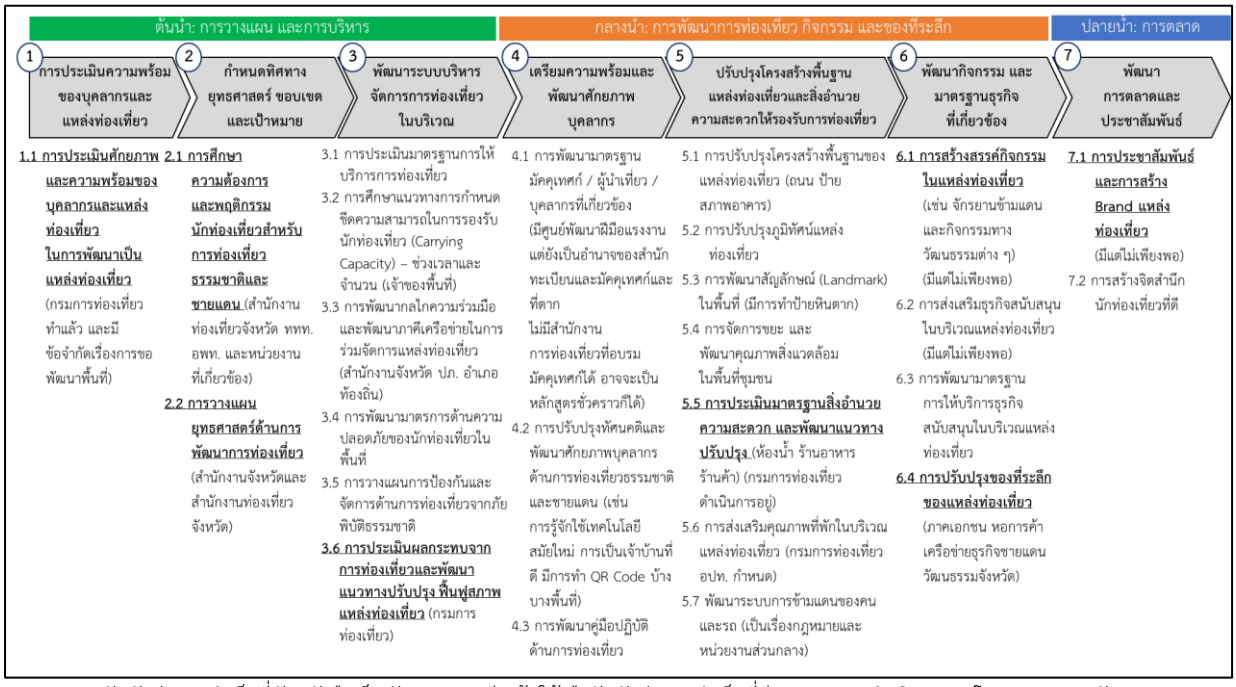
จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

[5]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ตารางที่ 3.9-12: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
4. เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	4.1 การพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์ ผู้นำเที่ยว / บุคลากรที่เกี่ยวข้อง
6 พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	6.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (เช่น จักรยานข้ามแดน และกิจกรรมทางวัฒนธรรมต่าง ๆ) 6.2 การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว
7 พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.1 การประชาสัมพันธ์และการสร้าง Brand แหล่งท่องเที่ยว

แผนภาพที่ 3.9–5: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของจังหวัดตาก



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดตาก

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.9-13: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
4.1	โครงการฝึกอบรมมัคคุเทศก์เพื่อการอาชีพ	อบรมมัคคุเทศก์เพื่อทำให้บุคลากรในพื้นที่มีอาชีพมัคคุเทศก์ทั้งในเวลาและนอกเวลา (Part-time) อย่างถูกต้องตามกฎหมาย เช่น จังหวัดลำปาง ร่วมมือกับสถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่จัดการฝึกอบรมนำร่อง เป็นต้น	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
6.1, 6.2, 7.1	โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดตาก	ร่วมมือกับประเทศเมียนมาจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในพื้นที่ชายแดน ในจังหวัดตาก จังหวัดข้างเคียง และพื้นที่บางส่วนในสาธารณแห่งสหภาพเมียนมา	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการฝึกอบรมมัคคุเทศก์เพื่อการอาชีพ
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ในปัจจุบันจังหวัดตากขาดแคลนมัคคุเทศก์ (ไกด์) อาชีพ เพื่อทำหน้าที่นำนักท่องเที่ยวท่องเที่ยวในพื้นที่ และในอนาคตเมื่อสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาเปิดประเทศอย่างเต็มประสิทธิภาพ จะทำให้มีชาวเมียนมาข้ามฝั่งเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการอบรมดังกล่าวเพื่อเป็นการสร้างอาชีพให้แก่คนในพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต
สรุปแนวคิดโครงการ • อบรมมัคคุเทศก์เพื่อทำให้บุคลากรในพื้นที่มีอาชีพมัคคุเทศก์ทั้งในเวลาและนอกเวลา (Part-time) อย่างถูกต้องตามกฎหมาย เช่น จังหวัดลำปางร่วมมือกับสถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่จัดการฝึกอบรมนำร่อง เป็นต้น
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ ประสานงานกับสถาบันอุดมศึกษา (มหาวิทยาลัยราชมงคล) และกรมการท่องเที่ยว (สำนักทะเบียนธุรกิจและมัคคุเทศก์) เพื่อนำหลักสูตรมาดำเนินการฝึกอบรมในจังหวัดตาก
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1. สำนักทะเบียนธุรกิจและมัคคุเทศก์ 2. มหาวิทยาลัยราชมงคลล้านนาตาก 3. ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดตาก 4. สำนักงานจังหวัดตาก 5. สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานตาก
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตาก
ผลลัพธ์: การท่องเที่ยวมีมาตรฐานเพิ่มขึ้น
ผลผลิต: มีมัคคุเทศก์อาชีพที่เป็นคนในพื้นที่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวปีละ 1 รุ่น รุ่นละประมาณ 50 คน
ตัวชี้วัดของโครงการ: จำนวนผู้เข้าร่วมอบรมสามารถทำหน้าที่มัคคุเทศก์ตาม พ.ร.บ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ประสานกรมการท่องเที่ยวเพื่อขอหลักสูตรและขออนุมัติจัดการฝึกอบรม	1 เดือน	รุ่นละ 300,000 บาท โดยผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องรับผิดชอบค่าลงทะเบียนและค่าใช้จ่ายเองบางส่วน	- วิทยากร - สถานที่ฝึกอบรม - ค่าตอบแทนวิทยากร - การอำนวยความสะดวกด้านอื่น ๆ ที่จำเป็น	- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตาก - สำนักงานท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานตาก - สำนักงานจังหวัดตาก	
2. ประสานวัน เวลา และสถานที่การฝึกอบรม และเปิดรับสมัครผู้เข้ารับการฝึกอบรม	1 เดือน				
3. ประสานขอวิทยากรจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	-				
4. ดำเนินการฝึกอบรม	2 เดือน				

ชื่อโครงการ: โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดตาก
ที่มา / หลักการและเหตุผล: จังหวัดตากถูกประกาศเป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดน และมีพื้นที่ติดต่อกับสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา ตลอดจนเป็นจุดเชื่อมต่อของ EWEC และ NSEC ดังนั้น จึงเห็นว่าควรจัดให้มีกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านที่ใกล้ชิดติดกัน
สรุปแนวคิดโครงการ ร่วมมือกับประเทศเมียนมาจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในพื้นที่ชายแดน ในจังหวัดตาก จังหวัดข้างเคียง และพื้นที่บางส่วนในสาธารณแห่งสหภาพเมียนมา
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • จัดกิจกรรมการแสดงวัฒนธรรมร่วมกับเมียนมา • จัดกิจกรรมกีฬาระหว่างไทยกับเมียนมา • จัดกิจกรรมนำผู้เกี่ยวข้องศึกษาดูงานแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของทั้ง 2 ประเทศ รวมถึงสินค้า OTOP และ CTOP ของแต่ละพื้นที่ • จัดเส้นทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับเวลาที่กำหนด (Route)
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1. สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดตาก 2. สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานตาก 3. สำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทยจังหวัดตาก 4. สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดตาก 5. สำนักงานจังหวัดตาก 6. บริษัท ประชารัฐรักสามัคคีตาก (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตาก
ผลลัพธ์: ประชาชนมีรายได้และคุณภาพชีวิตดีขึ้น
ผลผลิต: มีแผนงานและเส้นทางการท่องเที่ยวร่วมกันของทั้ง 2 ประเทศ และเกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
ตัวชี้วัดของโครงการ: จำนวนกิจกรรมท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแต่ละปี

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ประชุมปรึกษาหารือร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งไทย และเมียนมา	1 เดือน	2,000,000	อำนาจในการสั่งการจากหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ตำรวจตรวจคนเข้าเมือง ตำรวจท่องเที่ยว นายด่านศุลกากรแม่สอด ที่ทำการปกครองอำเภอแม่สอด	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจังหวัดตาก บริษัท ประชารัฐรักสามัคคี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด สำนักงานจังหวัดตาก	
2. ดำเนินการทางธุรการ	1 เดือน				
3. ประสานหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องเพื่อเตรียมความพร้อม	1 เดือน				
4. ดำเนินโครงการ	10 วัน				
5. จัดทำสรุปและกำหนดเส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวร่วมกัน	1 เดือน				

3.3.6 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดพิษณุโลก

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดพิษณุโลก

จังหวัดพิษณุโลก ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

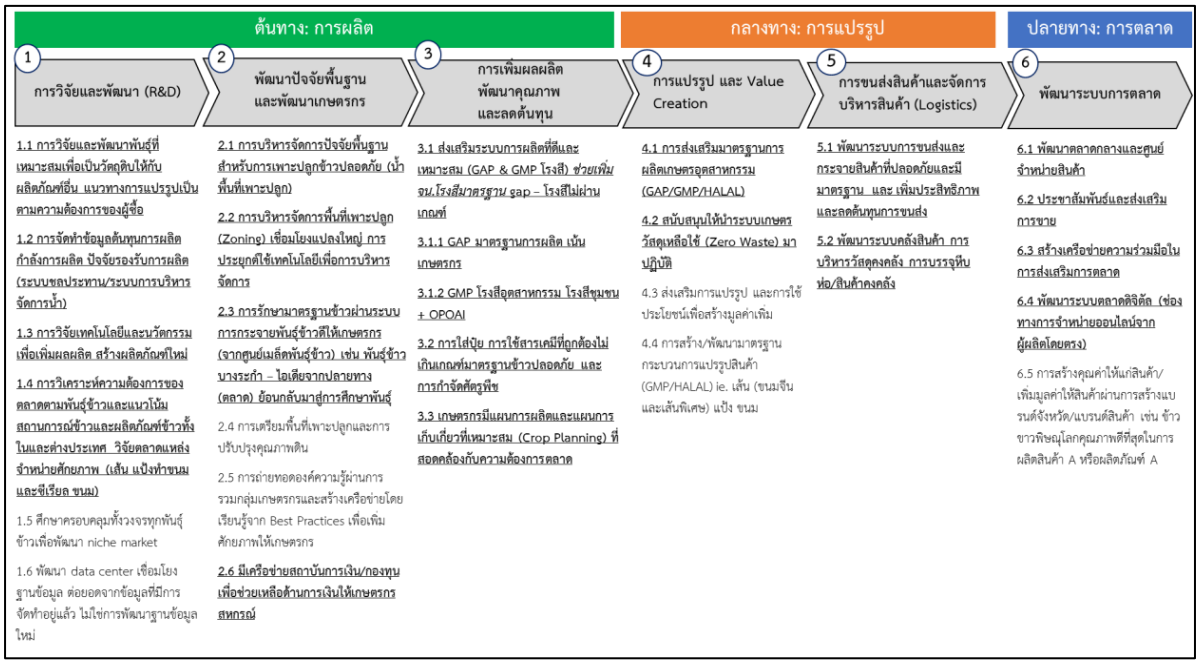
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ข้าวปลอดภัย	- การปลูกข้าวแบบปลอดภัยไม่ใช้สารเคมี สามารถลดต้นทุนและเพิ่มรายได้ให้เกษตรกรอย่างเป็นรูปธรรม - รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์และข้าวปลอดภัยมากขึ้น ทำให้มีความช่วยเหลือผ่านโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวกับข้าวปลอดภัยออกมาจากภาครัฐในหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	- เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์เหมาะทั้งการท่องเที่ยวและพักผ่อนในช่วงวันหยุด เช่น สวนรุกขชาติสกุโณทยาน น้ำตกวังนกแอ่น น้ำตกแก่งโสภา ถ้ำผาท่าพล ถ้ำลอด ถ้ำเรือ บึงราชนก เขื่อนนเรศวร อุทยานแห่งชาติ ทุ่งแสลงหลวง อุทยานแห่งชาติน้ำตกชาติตระการ และอุทยานแหงชาติภูหินร่องกล้า เป็นต้น

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวปลอดภัย</u>

ภายใต้ประเด็นข้าวปลอดภัย ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน 4) การแปรรูป และ Value Creation 5) การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics) 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวปลอดภัยของจังหวัดพิษณุโลก



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
3. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.3 การวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มผลผลิต สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่
4. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.4 การเตรียมพื้นที่เพาะปลูกและการปรับปรุงคุณภาพดิน 2.5 การถ่ายทอดองค์ความรู้ผ่านการรวมกลุ่มเกษตรกรและสร้างเครือข่ายโดยเรียนรู้จาก Best Practices เพื่อเพิ่มศักยภาพให้เกษตรกร
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	3.1 ส่งเสริมระบบการผลิตที่ดีและเหมาะสม (GAP & GMP โรงสี) *ช่วยเพิ่มจำนวนโรงสีมาตรฐาน* gap – โรงสีไม่ผ่านเกณฑ์
4. การแปรรูป และ Value Creation	4.3 ส่งเสริมการแปรรูป และการใช้ประโยชน์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม 4.4 การสร้าง/พัฒนามาตรฐานกระบวนการแปรรูปสินค้า (GMP/HALAL) ie. เส้น (ขนมจีนและเส้นพิเศษ) แป้ง ขนม
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.4 พัฒนาระบบตลาดดิจิทัล (ช่องทางการจำหน่ายออนไลน์จากผู้ผลิตโดยตรง) 6.5 การสร้างคุณค่าให้แก่สินค้า/เพิ่มมูลค่าให้สินค้าผ่านการสร้างแบรนด์จังหวัด/ แบรนด์สินค้า เช่น ข้าวขาวพิษณุโลกคุณภาพดีที่สุดในการผลิตสินค้า A หรือผลิตภัณฑ์ A

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[6]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
3.1	โครงการพัฒนายกระดับมาตรฐาน GMP กลุ่มสหกรณ์โรงสีข้าว	ให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานโรงสี GMP แก่โรงสีสหกรณ์ในโครงการซึ่งมีศักยภาพที่จะปรับปรุงกระบวนการผลิต และสนับสนุนให้เกิดการปรับปรุงกระบวนการผลิตอย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งผลักดันให้โรงสีสหกรณ์ที่ปรับปรุงกระบวนการผลิตได้มาตรฐานยื่นขอตรวจสอบ GMP	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด/ สนง.เกษตรจังหวัด/ สนง.สหกรณ์จังหวัด/ สนง.พาณิชย์จังหวัด
1.3, 4.3, 4.4, 6.4, 6.5	โครงการพิษณุโลกศูนย์กลางการผลิตข้าวขาวปลอดภัยเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมแปรรูป โดยใช้ตลาดนำ	แนวคิดในการสร้างคุณค่าจากการแปรรูปน่าจะเป็นแนวคิดที่สามารถใช้เพื่อการระบายข้าวที่เป็นปริมาณมากให้ได้ราคาสูงขึ้น	หอการค้าจังหวัด, สภาอุตสาหกรรมจังหวัด/ สนง.เกษตรจังหวัด/ สนง.พาณิชย์จังหวัด/ สนง. อุตสาหกรรมจังหวัด/ มหาวิทยาลัย
2.4, 2.5	โครงการส่งเสริมและพัฒนาการผลิตข้าวปลอดภัยเพื่อตลาดอุตสาหกรรมแปรรูป (ให้ความรู้เกษตรกรจากการดูงานเกษตรกรตัวอย่าง)	ส่งเสริมและถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้ด้านการผลิตข้าวปลอดภัย (เกษตรจังหวัด / เกษตรและสหกรณ์จังหวัด/ มหาวิทยาลัย) โดยเรียนรู้จากเกษตรกรต้นแบบ ซึ่งสามารถผลิตข้าวได้มาตรฐานวัตถุดิบแปรรูปข้าวปลอดภัยที่ตลาดต้องการ	อุตสาหกรรมจังหวัด เกษตรและสหกรณ์จังหวัด/ เกษตรจังหวัด/ มหาวิทยาลัย

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ</u>

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การประเมินความพร้อม ของบุคลากรและแหล่งท่องเที่ยว 2) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย 3) พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณ 4) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร 5) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 6) พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และ 7) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

[6]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของจังหวัดพิษณุโลก

หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การประเมินความพร้อม ของบุคลากรและแหล่งท่องเที่ยว	1.1 การประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีป้ายบอกทาง ต้องมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเข้าถึงพื้นที่เป้าหมาย หน่วยงานท่องเที่ยวมีโครงการพัฒนาโฮมสเตย์อยู่ระหว่างกำหนดมาตรฐานโฮมสเตย์ ขาดการวิจัย/การสำรวจพื้นที่ ประเมินความเหมาะสมของพื้นที่ที่เหมาะกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
2. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย	2.1 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายสำหรับการท่องเที่ยวธรรมชาติ 2.2 การวางแผนยุทธศาสตร์และทิศทางด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวธรรมชาติในพื้นที่ที่เหมาะสมกับพื้นที่เป้าหมาย/นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย มีฟาร์มกวาง ขายเขากวาง มีหิ่งห้อยช้างจากการที่ไม่ใช้สารเคมี มีเยอะในช่วงลำไยออกดอก / แมคคาเดเมีย มีศักยภาพด้านท่องเที่ยวนิเวศน์และท่องเที่ยวชุมชน/วัฒนธรรม มีศักยภาพในการเชื่อมโยงท่องเที่ยวกับพื้นที่อื่นด้วย

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
3. พัฒนาระบบบริหาร จัดการ การท่องเที่ยวในบริเวณ	3.1 การประเมินมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยวธรรมชาติ มาตรฐานโฮมสเตย์ ประเมินทุก 3 ปี (ไม่ผ่านมาตรฐานเรียกบ้านพักชั่วคราว) เนินมะปรางยังไม่มีรายใดผ่านเกณฑ์การเป็นโฮมสเตย์ (มีผลเรื่องการรับงบสนับสนุน) 3.2 การศึกษาแนวทางการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) - ช่วงเวลาและจำนวน 3.3 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว ทั้งมิติพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและตลาดสำหรับขายของให้นักท่องเที่ยว (มาเที่ยวและซื้อของด้วย) 3.4 การพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ 3.5 การวางแผนการป้องกันและจัดการด้านการท่องเที่ยวจากภัยพิบัติธรรมชาติ 3.6 การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุงฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว 3.7 การบริหารจัดการการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ถนนเชื่อมโยง จุดแวะพัก การวางแผนโปรแกรมท่องเที่ยวด้วยตนเอง และ โปรแกรมทัวร์ที่เอกชน/ โฮมสเตย์ออกแบบเอง)
4. เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	4.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติ
5. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.1 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (ถนน ป้าย สภาพอาคาร) ช่องทางการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์การชี้เส้นทางท่องเที่ยวเดินทางที่ชัดเจน มีโครงการโฮมสเตย์ อยู่ระหว่างการประเมินและท่องเที่ยว 12 เดือน 5.2 การปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ 5.3 การพัฒนาสัญลักษณ์ (Landmark) ในพื้นที่ 5.4 การจัดการขยะ และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชุมชน (ต้องมีพื้นที่รองรับขยะ อาจมีการรณรงค์ลดขยะ การใช้ประโยชน์จากขยะ - อปท. และ ท่องเที่ยว 5.5 การประเมินมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวก และพัฒนาแนวทางปรับปรุง (ห้องน้ำ ร้านอาหาร ร้านค้า) 5.6 การส่งเสริมคุณภาพที่พักในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (ม.โฮมสเตย์) 5.7 ข้อจำกัดด้านกฎระเบียบราชการ (การเบิกจ่าย)
6.พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	6.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (วิ่งมาราธอน/ถ้ำ/ปีนเขาโรยตัวหน้าผา/สวนผลไม้) สอดคล้องกับการจัดการขยะ อปท. 6.2 การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
	6.4 การปรับปรุงของที่ระลึกของแหล่งท่องเที่ยว
7.พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวใหม่ ชุมชนทำ ททท. ทำ มีการดำเนินการบ้างแล้ว 7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว 7.3 การสร้างจิตสำนึกนักท่องเที่ยวที่ดี การรักษาความสะอาด Gap – กลุ่มนักท่องเที่ยวไทยวัยรุ่น นักท่องเที่ยวจีน (ไม่รู้แหล่งทิ้งขยะ) 7.4 ท่องเที่ยวเชิงดิจิทัล ซื้อทัวร์ออนไลน์ creative content marketting (review by experienced tourist) นักท่องเที่ยวรีวิวบอกต่อสร้างกระแส

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง</u> (Gap)	แนวทางการพัฒนา[7]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1, 2.1, 2.2 ข้อ 3 ทั้งหมด 4.3 ข้อ 5 ทั้งหมด 6.1 ข้อ 7 ทั้งหมด	โครงการศึกษาและประเมินศักยภาพความพร้อมของทรัพยากรการท่องเที่ยวของอำเภอเนินมะปรางจังหวัดพิษณุโลก	รวบรวมข้อมูลทางกายภาพ ประเมินความพร้อมของสถานที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งด้านการเข้าถึงสถานที่ คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก บุคลากรในพื้นที่ พฤติกรรมและความพร้อมชุมชน สถานที่พัก ร้านอาหาร ระบบจัดการขยะ เป็นต้น จากนั้นวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย และกำหนดกิจกรรมและเส้นทางสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ และกำหนดแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ ระบบบริหารสถานที่ท่องเที่ยว ระบบกำจัดขยะ และอื่นๆ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและชุมชน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจังหวัดพิษณุโลก

[7]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[7]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
6.1, 6.2, 6.4, 7.1, 7.2	โครงการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เป้าหมายในชุมชนผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว	พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นและถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อเป็นกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน	สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดพิษณุโลก
5.4, 7.3	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยว	พัฒนาระบบการจัดการขยะในพื้นที่ให้สามารถรองรับปริมาณขยะจากนักท่องเที่ยวและชุมชนได้อย่างเพียงพอเหมาะสม เพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน	สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดพิษณุโลก
7.1, 7.4	โครงการพัฒนาธุรกิจดิจิทัลสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Digital Business For Tourism)	การนำเครื่องมือทางดิจิทัล นำมาใช้เพื่อเชื่อมโยงระบบระบบนิเวศทางธุรกิจด้านการท่องเที่ยว (Business Ecosystem) โดยให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงกันระหว่างเครือข่ายหน่วยธุรกิจ (Business Unit) อาทิ โรงแรม ร้านอาหาร แหล่งผลิตของฝากที่มีชื่อเสียง ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ภายใต้ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาห่วงโซ่ทางคุณค่า (Value Chain) โดยคำนึงถึงการบริหารจัดการ ที่สะดวกรวดเร็วและง่ายต่อการเข้าถึงของลูกค้า	มหาวิทยาลัยนเรศวร

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ของจังหวัดพิษณุโลก

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด ซึ่งในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ตามรายละเอียดต่อไปนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวปลอดภัย

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- การปลูกข้าวแบบปลอดภัยไม่ใช้สารเคมี สามารถลดต้นทุนและเพิ่มรายได้ให้เกษตรกรอย่างเป็นรูปธรรม
- รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์และข้าวปลอดภัยมากขึ้น ทำให้มีความช่วยเหลือผ่านโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวกับข้าวปลอดภัยออกมาจากภาครัฐในหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 3.9-14: พื้นที่ปลูกข้าวชนิดต่างๆ (ข้อมูลสะสม ตั้งแต่ 1 พ.ค. 59 – 15 ก.ย. 59)

	ข้าวหอมมะลิ	ข้าวหอมปทุม	ข้าวเจ้า	ข้าวเหนียว	ข้าวสี	ข้าวอินทรีย์	รวม
นครสวรรค์	888,834	36,528	1,273,796	7,909	977	44	2,208,088
พิจิตร	**714,136**	**14,428**	**838,190**	**542**	**2,295**	**29**	**1,569,620**
พิษณุโลก	376,770	32,467	735,744	84,059	913	-	1,229,953
กำแพงเพชร	107,540	41,113	935,948	9,852	753	39	1,095,245
เพชรบูรณ์	255,298	22,111	434,278	200,863	3,146	15	915,711
สุโขทัย	151,155	21,862	701,472	25,643	701	-	900,833
อุตรดิตถ์	58,713	141,371	238,782	88,054	1,688	28	528,636
อุทัยธานี	31,525	68,308	378,494	2,453	1,345	81	482,206
ตาก	93,999	4,332	71,669	25,056	339	9	195,404
รวมภาคเหนือตอนล่าง	2,677,970	382,520	5,608,373	444,431	12,157	245	9,125,696

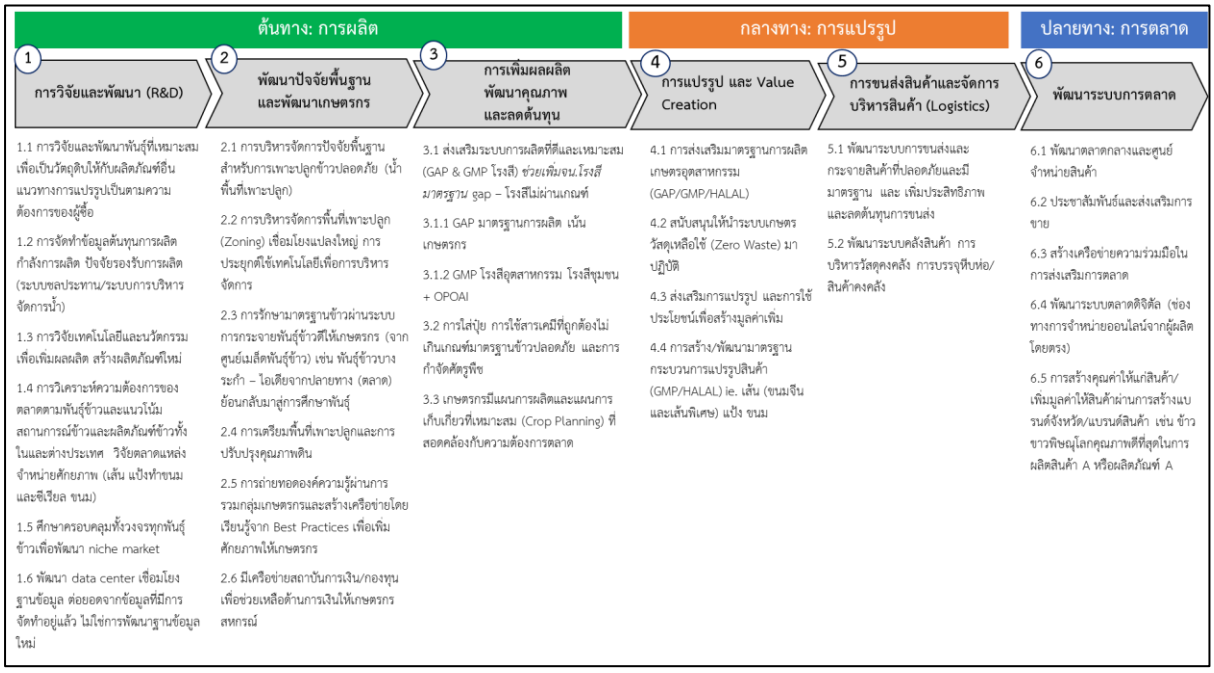
ที่มา: รายงานสถานการณ์การเพาะปลูกข้าวปี 2559/60 รอบที่ 1

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรระจะต้องดำเนินการ(Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.9–6: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวปลอดภัย ของจังหวัดพิษณุโลก



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.9-15: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[8]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1	ศูนย์วิจัยข้าว ทำวิจัยพัฒนาพันธุ์	กรมการข้าว	พัฒนาพันธุ์ข้าวเพื่อลดการใช้สารเคมี
1.2	สถิติการผลิตข้าว	สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร เขต 2	งาน function รวบรวมสถิติต้นทุน พื้นที่ปลูกข้าวแต่ละประเภท
1.3	พัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์	ศูนย์ไบโอ (ถ่ายทอดความรู้/ ศูนย์อารักขาพืช/ มหาวิทยาลัยในพื้นที่	พัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ซึ่งมีข้าวปลอดภัยเป็นผลิตภัณฑ์หลักด้วย และถ่ายทอดความรู้ให้เกษตรกร
1.4 (มีแล้วแต่ไม่ update เช่นผลิตภัณฑ์เส้นและขนม)		มหาวิทยาลัยนเรศวร	วิจัยการผลิตข้าวเพื่อเป็นวัตถุดิบให้การผลิตซีเรียลและขนม
2.1	บริหารปัจจัยพื้นฐาน	กรมชลประทาน (น้ำ)	

[8] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.2	เชื่อมโยงแปลงใหญ่	ก.เกษตรฯ ร่วมกับกระทรวงดิจิทัล	ใช้ระบบ GIS มาบริหารจัดการพื้นที่เกษตร รวมข้าวปลอดภัยด้วย
2.3	งานตามภารกิจ	ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวพิษณุโลก	กระจายพันธุ์ข้าวคุณภาพให้เกษตรกร
2.6, 6.3	ระบบสหกรณ์, ธกส.	ก.เกษตรฯ/ ก.คลัง	
3.1 แต่ไม่ครอบคลุมโรงสีสหกรณ์ขนาดเล็กซึ่งมีจำนวนมาก	- โครงการส่งเสริมสนับสนุนการผลิตข้าวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพมาตรฐานปลอดภัย - โครงการส่งเสริมการแปรรูปข้าวให้ผ่านมาตรฐาน GMP	ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวพิษณุโลก สนง.การค้าภายในจังหวัด	เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวให้ได้มาตรฐานปลอดภัย (GAP), ถ่ายทอดความรู้ เทคโนโลยีการผลิตข้าวให้ได้มาตรฐานปลอดภัย (GAP) เพื่อส่งเสริมการแปรรูปข้าวให้ผ่านมาตรฐาน GMP, ถ่ายทอดความรู้เทคโนโลยีการแปรรูปข้าวให้ผ่านมาตรฐาน GMP
3.2	งานตามภารกิจ	กรมวิชาการเกษตร/ กรมส่งเสริมการเกษตร	
3.3, 6.1, 6.2	โครงการแผนการผลิตและการตลาดข้าวครบวงจร	ก.เกษตร/ ก.คลัง/ ก.พาณิชย์/ ก.มหาดไทย	การรักษาเสถียรภาพราคาข้าวและรายได้ของชาวนาไทยโดยจัดทำแผนการผลิตและการตลาดข้าวครบวงจรขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าว ลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มผลผลิตต่อไร่ และเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการผลิตข้าวของชุมชนให้มีความเข้มแข็ง พึ่งพาตนเองได้
4.1, 4.2	แผนพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก	กรมส่งเสริมการเกษตร, สนง.มาตรฐานสินค้าเกษตร, สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก	ปรับรูปแบบการส่งเสริมการเกษตรใหม่ โดยให้ทุกหน่วยงานที่ทำงานส่งเสริมสร้างอาสาพัฒนาการเกษตร เพื่อเข้าพบหาเกษตรกรใน แต่ละกลุ่ม เป็นกลไกในการขับเคลื่อนการเกษตรในรูป Green Economy และ Zero waste agriculture ทำงานแบบ บูรณาการ

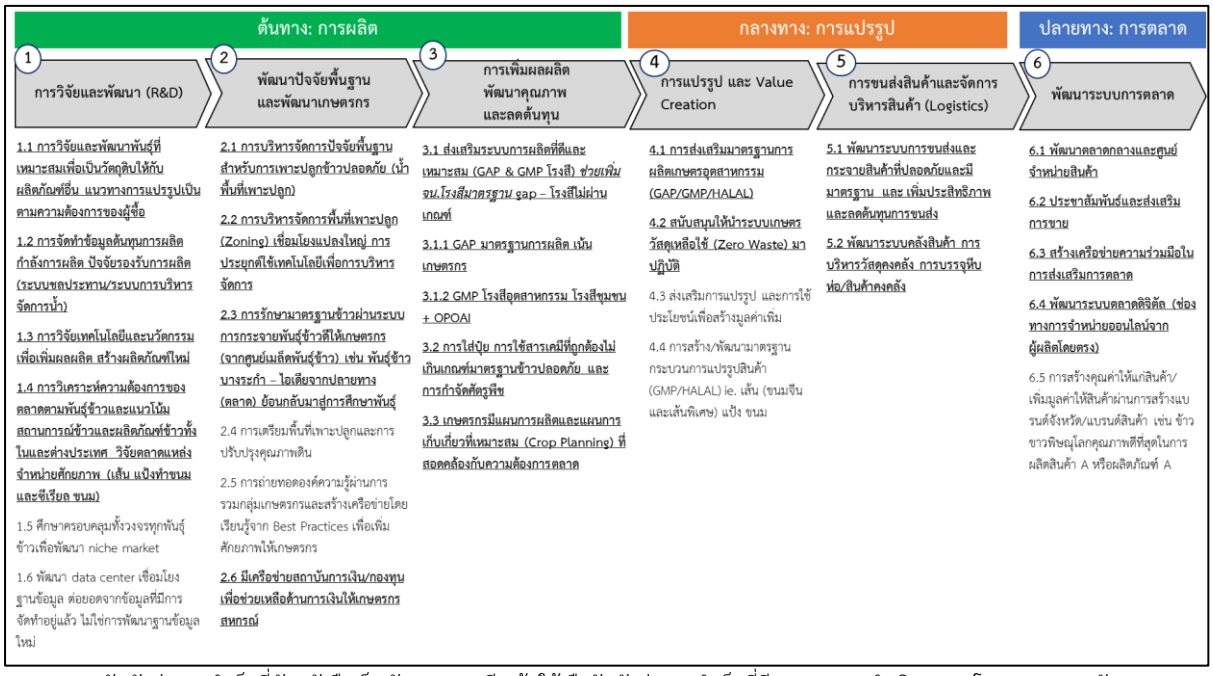
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
			และทำแผนเชิงรุกเข้าหาเกษตรกร โดยให้ข้อมูลด้านการตลาดนำการผลิต ซึ่งให้เกษตรและสหกรณ์จังหวัดเป็นผู้รวบรวมแผนปฏิบัติการส่งให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์โดยอาจทำแผนร่วมกับแผนพัฒนาจังหวัดก็ได้
5.1, 5.2	One Province, One Agriculture Product: OPOAI	กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ (สำนักโลจิสติกส์)	จัดทีมที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเข้าไปให้ความช่วยเหลือ ปรึกษา แนะนำสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการผ่านแผนงานพัฒนาที่ครอบคลุมตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)
6.4	ระบบตลาดออนไลน์สำหรับผู้ค้ารายย่อย	กระทรวงดิจิทัล	เกิดระบบออนไลน์แล้ว งบส่วนกลางจ้าง ม.นเรศวร ทำ Platform ให้ผู้ค้าย่อย

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.9-16: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.3 การวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มผลผลิต สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.4 การเตรียมพื้นที่เพาะปลูกและการปรับปรุงคุณภาพดิน 2.5 การถ่ายทอดองค์ความรู้ผ่านการรวมกลุ่มเกษตรกรและสร้างเครือข่ายโดยเรียนรู้จาก Best Practices เพื่อเพิ่มศักยภาพให้เกษตรกร
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	3.1 ส่งเสริมระบบการผลิตที่ดีและเหมาะสม (GAP & GMP โรงสี) *ช่วยเพิ่มจน.โรงสีมาตรฐาน* gap – โรงสีไม่ผ่านเกณฑ์
4. การแปรรูป และ Value Creation	4.3 ส่งเสริมการแปรรูป และการใช้ประโยชน์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม 4.4 การสร้าง/พัฒนามาตรฐานกระบวนการแปรรูปสินค้า (GMP/HALAL) ie. เส้น (ขนมจีนและเส้นพิเศษ) แป้ง ขนม
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.4 พัฒนาระบบตลาดดิจิทัล (ช่องทางการจำหน่ายออนไลน์จากผู้ผลิตโดยตรง) 6.5 การสร้างคุณค่าให้แก่สินค้า/เพิ่มมูลค่าให้สินค้าผ่านการสร้างแบรนด์จังหวัด/ แบรนด์สินค้า เช่น ข้าวขาวพิษณุโลกคุณภาพดีที่สุดในการผลิตสินค้า A หรือผลิตภัณฑ์ A

แผนภาพที่ 3.9–7: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวปลอดภัยของจังหวัดพิษณุโลก



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดพิษณุโลก

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.9-17: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[9]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง</u> (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
3.1	โครงการพัฒนายกระดับมาตรฐาน GMP กลุ่มสหกรณ์โรงสีข้าว	ให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานโรงสี GMP แก่โรงสีสหกรณ์ในโครงการซึ่งมีศักยภาพที่จะปรับปรุงกระบวนการผลิต และสนับสนุนให้เกิดการปรับปรุงกระบวนการผลิตอย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งผลักดันให้โรงสีสหกรณ์ที่ปรับปรุงกระบวนการผลิตได้มาตรฐานยื่นขอตรวจสอบ GMP	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด/ สนง.เกษตรจังหวัด/ สนง.สหกรณ์จังหวัด/ สนง.พาณิชย์จังหวัด
1.3, 4.3, 4.4, 6.4, 6.5	โครงการพิษณุโลกศูนย์กลางการผลิตข้าวขาวปลอดภัยเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมแปรรูปโดยใช้ตลาดนำ	แนวคิดในการสร้างคุณค่าจากการแปรรูปน่าจะเป็นแนวคิดที่สามารถใช้เพื่อการระบายข้าวที่เป็นปริมาณมากให้ได้ราคาสูงขึ้น	หอการค้าจังหวัด, สภาอุตสาหกรรม/ สนง.เกษตรจังหวัด/ สนง.พาณิชย์จังหวัด/ สนง.อุตสาหกรรม/ มหาวิทยาลัย
2.4, 2.5	โครงการส่งเสริมและพัฒนาการผลิตข้าวปลอดภัยเพื่อตลาดอุตสาหกรรมแปรรูป (ให้ความรู้เกษตรกรจากการดูงานเกษตรกรตัวอย่าง)	ส่งเสริมและถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้ด้านการผลิตข้าวปลอดภัย (เกษตรจังหวัด / เกษตรและสหกรณ์จังหวัด/มหาวิทยาลัย) โดยเรียนรู้จากเกษตรกรต้นแบบ ซึ่งสามารถผลิตข้าวได้มาตรฐานวัตถุดิบแปรรูปข้าวปลอดภัยที่ตลาดต้องการ	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด/ สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด/ สนง.เกษตรจังหวัด/ มหาวิทยาลัย

[9] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนายกระดับมาตรฐาน GMP กลุ่มสหกรณ์โรงสีข้าว
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ในพื้นที่จังหวัดพิษณุโลกมีการปลูกข้าวจำนวนมากและนโยบายของจังหวัดพิษณุโลกเป็นการปลูกข้าวให้ปลอดภัย (GAP) และเมื่อข้าวปลอดภัยมาผ่านกระบวนการแปรรูปจำเป็นต้องควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยทุกขั้นตอน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องพัฒนากลุ่มแปรรูปข้าวได้แก่ โรงสีสหกรณ์ที่มีการรวมกลุ่มกันเพื่อแปรรูปข้าวให้ได้มาตรฐาน GMP ด้วย เนื่องจาก GMP เป็นระบบประกันคุณภาพที่มีการปฏิบัติและพิสูจน์จากกลุ่มนักวิชาการด้านอาหารทั่วโลกแล้วว่าสามารถทำให้อาหารเกิดความปลอดภัยเป็นที่เชื่อถือยอมรับจากผู้บริโภค ดังนั้น หากยิ่งสามารถปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนดได้ ก็จะทำให้อาหารมีคุณภาพมาตรฐานและมีความปลอดภัยมากที่สุด GMP ครอบคลุมตั้งแต่สถานที่ตั้งของสถานประกอบการ โครงสร้างอาคาร ระบบการผลิตที่ดี มีความปลอดภัย และมีคุณภาพได้มาตรฐานทุกขั้นตอน
สรุปแนวคิดโครงการ 1. มีกลุ่มสหกรณ์โรงสีข้าวจำนวนหลายรายในพื้นที่จังหวัดพิษณุโลกที่มีความต้องการในเรื่องการพัฒนามาตรฐาน GMP เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน 2. นำโครงการมาปฏิบัติให้เป็นรูปธรรมโดยการจัดทำแผนปฏิบัติงาน กำหนดกลุ่มเป้าหมาย / งบประมาณ / การจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญ 3. ผลลัพธ์ของโครงการเมื่อจบโครงการ ผู้บริโภคต้องได้บริโภคข้าวที่ปลอดภัย 4. มีการติดตามประเด็นอย่างต่อเนื่อง
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. อบรมให้ความรู้เรื่องมาตรฐาน GMP แก่กลุ่มเป้าหมาย (โรงสี) 2. ให้คำปรึกษาในเชิงลึกเฉพาะรายในการพัฒนายกระดับมาตรฐาน GMP ของกลุ่มเป้าหมาย 3. ประชุมชี้แจงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องติดตามประเมินผลโครงการ (กลุ่มเป้าหมายไปและยื่นขอรับรอง)
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1. ศึกษากำหนดพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย 2. ศึกษาความพร้อมของกลุ่มเป้าหมาย/งบประมาณ/ผู้เชี่ยวชาญ 3. ประชุมชี้แจงหน่วยงานร่วมที่เกี่ยวข้อง/สนง.เกษตรจังหวัด/สนง.เกษตรและสหกรณ์/ สนง.พัฒนาชุมชน/ สนง.พาณิชย์ 4. ปฏิบัติตามแผนปฏิบัติงานโครงการ/กิจกรรม
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดพิษณุโลก
ผลลัพธ์: 1. ผู้บริโภคได้รับประทานอาหาร (ข้าว) ปลอดภัย 2. เกิดรายได้ในชุมชนเพิ่มขึ้น
ผลผลิต: กลุ่มสหกรณ์โรงสีข้าวได้รับมาตรฐาน GMP / โรงสีมีความพร้อมในการยื่นขอรับรองมาตรฐานฯ
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1. สหกรณ์โรงสีข้าวได้รับมาตรฐาน GMP จำนวน 5 ราย 2. ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจในการบริโภคข้าวปลอดภัยไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. รายละเอียดโครงการฯ	ตุลาคม 2561 – กันยายน 2562	700,000 บาท			
2. ประชุมชี้แจงร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง					
3. สำรวจและกำหนดพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย					
4. จัดจ้างผู้เชี่ยวชาญด้านการให้คำแนะนำปรึกษาเรื่องมาตรฐาน GMP					
5. ติดตามประเมินผลโครงการฯ (ประเมินผลก่อนโรงสียื่นขอมาตรฐาน)					

ชื่อโครงการ: โครงการพิษณุโลกศูนย์กลางการผลิตข้าวขาวปลอดภัยเพื่อสนับสนับอุตสาหกรรมแปรรูป โดยใช้ตลาดนำ

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

สภาพปัญหา: พื้นที่ปลูกข้าวของพิษณุโลก ประมาณ 1,300,000 ไร่ และเป็นการปลูกข้าวขาว 900,000 ไร่ ข้าวขาวราคาต่ำ เกษตรกรยินดีที่จะเข้าสู่การเกษตรปลอดภัย หากมีตลาด

โอกาสในการพัฒนา : แนวคิดในการสร้างคุณค่าจากการแปรรูป น่าจะเป็นแนวคิดที่สามารถใช้**เพื่อการระบายข้าวที่เป็นปริมาณมากให้ได้ราคาสูงขึ้น**

ที่มาและความสำคัญ : พิษณุโลกสามารถสร้างความโดดเด่นของพื้นที่ในเรื่องของการปลูกข้าวขาวแบบปลอดภัย เพื่อเข้าสู่การ แปรรูปให้เป็นวัตถุดิบ (Raw material) ของ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารที่มีกลุ่มเป้าหมายขนาดใหญ่ อาทิ กลุ่มอุตสาหกรรมขนม ขบเคี้ยว กลุ่มอุตสาหกรรมคอร์นเฟลกส์ ซึ่งจะทำให้ สามารถระบายข้าวขาวที่มาจากการเกษตรปลอดภัยให้มีตลาด และ เพิ่มราคา

สรุปแนวคิดโครงการ

ศึกษาเพื่อเข้าใจ พื้นที่ตลาด ได้แก่ 1. อุตสาหกรรม “เส้น” ใน/ต่างประเทศ, 2.อุตสาหกรรม “ขนมขบเคี้ยว”, 3. อุตสาหกรรม “คอร์นเฟลกส์”

- ศึกษามาตรฐานอุตสาหกรรมต้องการ **กำหนดมาตรฐานทุกด้าน** GAP (มาตรฐานการปลูก) GMP (มาตรฐานโรงสี) มาตรฐานการแปรรูป มาตรฐานอื่น ๆ ตามที่ตลาดต้องการ เพื่อปรับพฤติกรรมเกษตรกร
- ทำการขยายช่องทางการตลาด โดยสร้างความเป็นไปได้ของตลาด จับคู่ธุรกิจ เพื่อหา Order โดยการเจรจา G2G นำ → C2C ตาม, ทำ Digital Marketing , สร้างและเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานมารองรับ (โรงสีที่มีมาตรฐาน/โรงแปรรูป), เลือกและถ่ายเทคโนโลยีเทคโนโลยีที่เหมาะกับมาตรฐาน

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- ศึกษาเพื่อทำความเข้าใจพื้นที่ตลาด (Market Place)
- ศึกษามาตรฐานของตลาดเพื่อกำหนดเป็นมาตรฐานของเกษตรกร
- พิจารณาเทคโนโลยีที่จะช่วยยกระดับมาตรฐาน ข้อ 2
- ศึกษาเพื่อเชื่อมโยงและสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น
- ทำการเข้า Matching กับตลาด ในข้อ 1
- วางแผนในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของเกษตรกร
- พัฒนาการทำการค้าผ่านระบบดิจิทัล (Digital Business) และ การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

เจ้าภาพหลัก สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด

เจ้าภาพร่วม สนง.เกษตรจังหวัด /สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด / สภาอุตสาหกรรม / หอการค้า /สนง.สหกรณ์จังหวัด / สนง.พาณิชย์จังหวัด / มหาวิทยาลัยนเรศวร / มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ล้านนา

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด

ผลลัพธ์: ปิด GAP 1.3 ได้ช่องทางการตลาดใหม่เพื่อเป็นตัวขับเคลื่อนการพัฒนาผลิต

ผลผลิต: สามารถสร้างผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ด้วยการแปรรูปสินค้าเกษตร ได้ราคาสูงขึ้น และ พิษณุโลกเป็นศูนย์กลาง

ตัวชี้วัดของโครงการ: ได้พื้นที่ตลาด 3 พื้นที่ เลือกกลุ่มเป้าหมายใหญ่ ได้มาตรฐานที่ตลาดต้องการ โดยนำเทคโนโลยีมาใช้ แผนการสนับสนุนให้เกษตรกรเกิดการปรับตัวและผลิตสินค้าตามความต้องการของตลาด MOU /Order ยอดขาย / แผนการส่งเสริมเกษตรกรให้เป็นไปตามตลาด

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
ศึกษาเพื่อทำความเข้าใจพื้นที่ตลาด (Market Place)	2 เดือน		ผู้เชี่ยวชาญด้านตลาดทั้ง Online/ offline	สภาอุตสาหกรรม/ หอการค้า/ สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด/ สนง.พาณิชย์จังหวัด/ มหาวิทยาลัย	
ศึกษามาตรฐานของตลาดเพื่อกำหนดเป็นมาตรฐานของเกษตรกร - มาตรฐานการปลูก , มาตรฐานการสี , มาตรฐานการแปรรูป, มาตรฐานอุตสาหกรรมของผลิตภัณฑ์	1 เดือน		คน/ เครื่องมือ/ อุปกรณ์	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด/ สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด/ สนง.เกษตรจังหวัด/ มหาวิทยาลัย	
พิจารณาเทคโนโลยีที่จะช่วยยกระดับมาตรฐานข้อ 2 ประกอบด้วย ศึกษาเพื่อเชื่อมโยง ศึกษาเพื่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น	1 เดือน		คน/ เครื่องมือ/ อุปกรณ์	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด/ สนง.เกษตรจังหวัด/ สนง.สหกรณ์จังหวัด/ มหาวิทยาลัย	
ทำการเข้า Matching กับตลาด ในข้อ 1 โดยหลักการ G2G นำ และ C2C ตาม เน้นขายคุณค่าทางสังคม (Social Value) เพื่อสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ (Value Creation) เช่น เน้นว่าข้าวที่ปลูกมาจากเกษตรกร โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง การซื้อผลิตภัณฑ์แบบนี้จะเป็น	2 เดือน		ผู้เชี่ยวชาญด้านตลาดทั้ง Online/ offline ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา	ผู้ว่าราชการจังหวัด/ รองผู้ว่าราชการจังหวัด/ สภาอุตสาหกรรม/ หอการค้า/ สนง.อุตสหกรรมจังหวัด/ สนง.พาณิชย์จังหวัด/ มหาวิทยาลัย	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
การช่วยสังคมของบริษัทขนาดใหญ่ในการทำ CSR					
วางแผนในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของเกษตรกร	2 เดือน		เกษตรกร/เครื่องมือ/อุปกรณ์/ผู้เชี่ยวชาญเกษตรและสหกรณ์	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด/สนง.เกษตรจังหวัด	
พัฒนาการทำการค้าผ่านระบบดิจิทัล (Digital Business) และ การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	3 เดือน		ผู้เชี่ยวชาญด้านดิจิทัล / อุปกรณ์ / เครื่องมือ	สภาอุตสาหกรรม/หอการค้า/สนง.พาณิชย์จังหวัด/มหาวิทยาลัย	

ชื่อโครงการ: โครงการส่งเสริมและพัฒนาการผลิตข้าวปลอดภัยเพื่อตลาดอุตสาหกรรมแปรรูป (ให้ความรู้เกษตรกรจากการดูงานเกษตรกรตัวอย่าง)

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

สภาพปัญหา: พื้นที่ปลูกข้าวของพิษณุโลก ประมาณ 1,300,000 ไร่ และเป็นการปลูกข้าวขาว 900,000 ไร่ ข้าวขาวราคาต่ำ เกษตรกรยินดีที่จะเข้าสู่การเกษตรปลอดภัย หากมีตลาด

โอกาสในการพัฒนา : แนวคิดในการสร้างคุณค่าจากการแปรรูป น่าจะเป็นแนวคิดที่สามารถใช้**เพื่อการระบายข้าวที่เป็นปริมาณมากให้ได้ราคาสูงขึ้น**

ที่มาและความสำคัญ : พิษณุโลกสามารถสร้างความโดดเด่นของพื้นที่ในเรื่องของการปลูกข้าวขาวแบบปลอดภัย เพื่อเข้าสู่การ แปรรูปให้เป็นวัตถุดิบ (Raw material) ของ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารที่มีกลุ่มเป้าหมายขนาดใหญ่ อาทิ กลุ่มอุตสาหกรรมขนม ขบเคี้ยว กลุ่มอุตสาหกรรมคอร์นเฟลกส์ ซึ่งจะทำให้ สามารถระบายข้าวขาวที่มาจากการเกษตรปลอดภัยให้มีตลาดและเพิ่มราคา

สรุปแนวคิดโครงการ

ส่งเสริมและถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้ด้านการผลิตข้าวปลอดภัย (เกษตรจังหวัด / เกษตรและสหกรณ์จังหวัด/ มหาวิทยาลัย) โดยเรียนรู้จากเกษตรกรต้นแบบ ซึ่งสามารถผลิตข้าวได้มาตรฐานวัตถุดิบแปรรูปข้าวปลอดภัยที่ตลาดต้องการ

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- นำมาตรฐานของตลาด มาเพื่อกำหนดเป็นองค์ความรู้และเทคโนโลยีที่ต้องใช้
- พัฒนาเกษตรกรต้นแบบ และ แสดงให้เห็นตัวอย่างของความสำเร็จจริง
- นำไปขยายผลโดยใช้หลักการของการถ่ายทอดไปสู่การปฏิบัติจริง
- นำไปขยายผลโดยใช้หลักการของการถ่ายทอดไปสู่การปฏิบัติจริง

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

เกษตรจังหวัดคัดเลือกเกษตรกรตัวอย่าง จากนั้นมหาวิทยาลัยและนักวิชาการเกษตรช่วยปรับและพัฒนากระบวนการผลิตของเกษตรกรต้นแบบให้เป็นไปตามมาตรฐาน ประเมินผลการปรับปรุง จากนั้นเกษตรจังหวัดและสหกรณ์จังวัดนำเกษตรกรในความรับผิดชอบไปดูงานเกษตรกรตัวอย่าง

เจ้าภาพหลัก	เกษตรและสหกรณ์จังหวัด
เจ้าภาพร่วม	เกษตรจังหวัด /อุตสาหกรรมจังหวัด / สภาอุตสาหกรรม / หอการค้า /สหกรณ์จังหวัด / พาณิชย์จังหวัด / มหาวิทยาลัยนเรศวร / มทร. ล้านนา /

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: เกษตรและสหกรณ์จังหวัด

ผลลัพธ์: แผนการสนับสนุนให้เกษตรกรเกิดการปรับตัวและผลิตสินค้าตามความต้องการของตลาด ขยายพื้นที่การผลิตข้าวปลอดภัย โดยมีตลาดรองรับ

ผลผลิต: ข้าวที่ปลูกเป็นไปตามมาตรฐานของตลาด และมีตลาดรองรับ

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- เกษตรกรได้รับการส่งเสริม
- ข้าวที่ปลูกเป็นไปตามมาตรฐานของตลาด และมีตลาดรองรับ

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
ถอดบทเรียนจากเกษตรกรต้นแบบ และเปรียบเทียบกับมาตรฐานตลาด เพื่อหา Gap ในการพัฒนาชุดความรู้	1 เดือน		คน/เครื่องมือ/อุปกรณ์	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด/ สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด/ สนง.เกษตรจังหวัด/ มหาวิทยาลัย	
พัฒนาชุดความรู้และแนวปฏิบัติของเกษตรกรตามมาตรฐานที่ตลาดต้องการ (องค์ความรู้ / เทคโนโลยี) และถ่ายทอดให้กับเกษตรกรต้นแบบ	1 เดือน		คน/เครื่องมือ/อุปกรณ์	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด/ สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด/ สนง.เกษตรจังหวัด/ มหาวิทยาลัย	
นำเกษตรกรต้นแบบไปขยายผลโดยใช้หลักการของการถ่ายทอดไปสู่การปฏิบัติจริง	3 เดือน		คน/เครื่องมือ/อุปกรณ์	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด/ สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด/ สนง.เกษตรจังหวัด/ มหาวิทยาลัย	
ประเมินและปรับปรุงฐานข้อมูลการเกษตร เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลกำลังการผลิตเพื่อเชื่อมโยงกับตลาดต่อไป	1 เดือน		คน/เครื่องมือ/อุปกรณ์	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด/ สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด/ สนง.เกษตรจังหวัด/ มหาวิทยาลัย	
ทำการเข้า Matching กับตลาดในข้อ 1 โดยหลักการ G2G นำ และ C2C ตาม เน้นขายคุณค่าทางสังคม (Social Value) เพื่อสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ (Value Creation) เช่น เน้นว่าข้าวที่ปลูกมาจาก	2 เดือน		ผู้เชี่ยวชาญด้านตลาดทั้ง Online/ offline ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย	ผู้ว่าราชการจังหวัด/ รองผู้ว่าราชการ/ จังหวัด/ สภาอุตสาหกรรม/ หอการค้า/ สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด/	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
เกษตรกร โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง การซื้อผลิตภัณฑ์แบบนี้จะเป็นการช่วยสังคมของบริษัทขนาดใหญ่ในการทำ CSR			ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด/ สนง.เกษตรจังหวัด/ มหาวิทยาลัย	
วางแผนในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของเกษตรกร			เกษตรกร/ อุปกรณ์/ ผู้เชี่ยวชาญด้านเกษตรและสหกรณ์	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด/ สนง.เกษตรจังหวัด/ มหาวิทยาลัย	
พัฒนาการทำการค้าผ่านระบบดิจิทัล (Digital Business) และการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)			ผู้เชี่ยวชาญด้านดิจิทัล / อุปกรณ์	สภาอุตสาหกรรม/ หอการค้า/ สนง.พาณิชย์จังหวัด/ มหาวิทยาลัย	

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์เหมาะทั้งการท่องเที่ยวและพักผ่อนในช่วงวันหยุด เช่น สวนรุกขชาติสกุโณทยาน น้ำตกวังนกแอ่น น้ำตกแก่งโสภา ถ้ำผาท่าพล ถ้ำลอด ถ้ำเรือ บึงราชนก เขื่อนนเรศวร อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง อุทยานแห่งชาติน้ำตกชาติตระการ และอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า เป็นต้น

ตารางที่ 3.9-18: จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ปี 2556 – 2558

จังหวัด	ข้อมูลการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1						
	จำนวนนักท่องเที่ยว	ปี 2556 (คน)	ปี 2557 (คน)	ปี 2558 (คน)	รายได้จากการท่องเที่ยว ปี 2558 (ล้านบาท)	ระยะเวลาการพำนักในพื้นที่เฉลี่ย (วัน)	ค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวเฉลี่ย/คน/วัน (บาท)
พิษณุโลก	**ทั้งหมด**	**2,714,770**	**2,811,609**	**2,968,364**	**7,098.01**	**2.08**	**1,438.63**
	ชาวไทย	2,521,346	2,620,089	2,770,759	6,402.71	2.1	1,390.97
	ชาวต่างชาติ	193,424	191,520	197,605	695.30	1.9	2,102.05
เพชรบูรณ์	**ทั้งหมด**	**1,792,327**	**1,845,821**	**1,915,786**	**5,792.37**	**2.49**	**1,287.29**
	ชาวไทย	1,770,205	1,823,978	1,893,150	5,715.20	2.48	1,283.90
	ชาวต่างชาติ	22,122	21,843	22,636	77.17	3.08	1,599.15
อุตรดิตถ์	**ทั้งหมด**	**756,933**	**784,214**	**852,441**	**1,551.73**	**1.83**	**1,159.92**
	ชาวไทย	750,090	777,332	844,971	1,540.39	1.83	1,160.37
	ชาวต่างชาติ	6,843	6,882	7,470	11.34	1.87	1,103.22
สุโขทัย	**ทั้งหมด**	**1,116,585**	**1,177,107**	**1,246,967**	**3,032.30**	**2.17**	**1,385.96**
	ชาวไทย	807,413	856,673	907,556	2,102.01	2.1	1,316.98
	ชาวต่างชาติ	309,172	320,434	339,411	930.29	2.43	1,572.00
ตาก	**ทั้งหมด**	**1,653,513**	**1,757,187**	**1,904,751**	**5,831.73**	**2.13**	**1,618.99**
	ชาวไทย	1,618,293	1,721,389	1,866,591	5,689.10	2.12	1,611.75
	ชาวต่างชาติ	35,220	35,798	38,160	142.63	2.67	1,972.21
กลุ่มจังหวัดฯ	**ทั้งหมด**	**8,034,128**	**8,375,938**	**8,888,309**	**23,306.14**	**2.14**	**1,378.16**
	ชาวไทย	7,467,347	7,799,461	8,283,027	21,449.41	2.13	1,352.79
	ชาวต่างชาติ	566,781	576,477	605,282	1,856.73	2.39	1,669.73

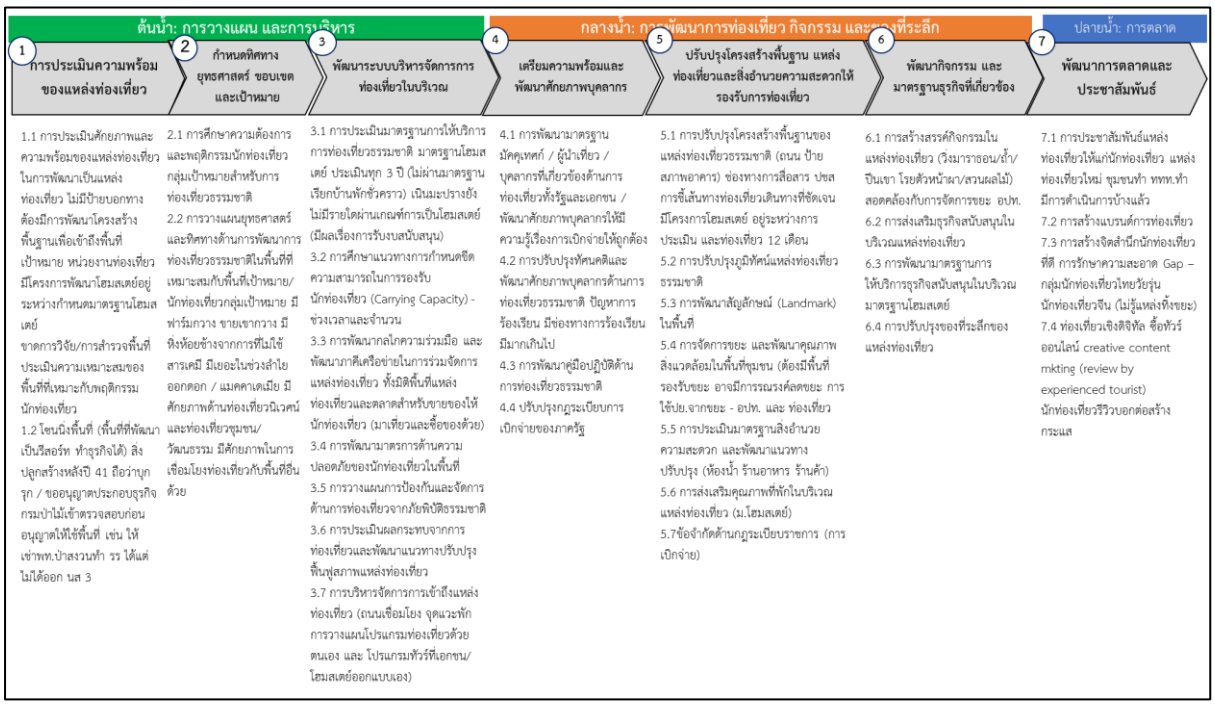
ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 4 ปี

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.9–8: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของจังหวัดพิษณุโลก



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.9-19: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[10]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
7.1	การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวใหม่	ชุมชนทำเอง	ใช้สื่อ social media ประชาสัมพันธ์โดยการเล่าประสบการณ์ของผู้มาท่องเที่ยว ณ สถานที่จริง

เนื่องจาก เนินมะปราง เป็นพื้นที่ใหม่ซึ่งยังไม่ได้มีการพัฒนาเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ทำให้ CFS เกือบทั้งหมด เป็น Gap

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

[10] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ตารางที่ 3.9-20: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การประเมินความพร้อม ของบุคลากร และแหล่งท่องเที่ยว	1.1 การประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีป้ายบอกทาง ต้องมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเข้าถึงพื้นที่เป้าหมาย หน่วยงานท่องเที่ยวมีโครงการพัฒนาโฮมสเตย์อยู่ระหว่างกำหนดมาตรฐานโฮมสเตย์ ขาดการวิจัย/การสำรวจพื้นที่ ประเมินความเหมาะสมของพื้นที่ที่เหมาะกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
2. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย	2.1 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายสำหรับการท่องเที่ยวธรรมชาติ 2.2 การวางแผนยุทธศาสตร์และทิศทางด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวธรรมชาติในพื้นที่ที่เหมาะสมกับพื้นที่เป้าหมาย/นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย มีฟาร์มกวาง ขายเขากวาง มีหิ่งห้อยช้างจากการที่ไม่ใช้สารเคมี มีเยอะในช่วงลำไยออกดอก / แมคคาเดเมีย มีศักยภาพด้านท่องเที่ยวนิเวศน์และท่องเที่ยวชุมชน/วัฒนธรรมมีศักยภาพในการเชื่อมโยงท่องเที่ยวกับพื้นที่อื่นด้วย
3. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในบริเวณ	3.1 การประเมินมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยวธรรมชาติ มาตรฐานโฮมสเตย์ ประเมินทุก 3 ปี (ไม่ผ่านมาตรฐานเรียกบ้านพักชั่วคราว) เนินมะปรางยังไม่มีรายใดผ่านเกณฑ์การเป็นโฮมสเตย์ (มีผลเรื่องการรับงบสนับสนุน) 3.2 การศึกษาแนวทางการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) - ช่วงเวลาและจำนวน 3.3 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว ทั้งมิติพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและตลาดสำหรับขายของให้นักท่องเที่ยว (มาเที่ยวและซื้อของด้วย) 3.4 การพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ 3.5 การวางแผนการป้องกันและจัดการด้านการท่องเที่ยวจากภัยพิบัติธรรมชาติ 3.6 การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุงฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว 3.7 การบริหารจัดการการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ถนนเชื่อมโยง จุดแวะพัก การวางแผนโปรแกรมท่องเที่ยวด้วยตนเอง และ โปรแกรมทัวร์ที่เอกชน/โฮมสเตย์ออกแบบเอง)
4. เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	4.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติ
5. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.1 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (ถนน ป้าย สภาพอาคาร) ช่องทางการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ การชี้เส้นทางท่องเที่ยว

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
	เดินทางที่ชัดเจน มีโครงการโฮมสเตย์ อยู่ระหว่างการประเมิน และท่องเที่ยว 12 เดือน 5.2 การปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ 5.3 การพัฒนาสัญลักษณ์ (Landmark) ในพื้นที่ 5.4 การจัดการขยะ และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชุมชน (ต้องมีพื้นที่รองรับขยะ อาจมีการรณรงค์ลดขยะ การใช้ประโยชน์จากขยะ - อปท. และท่องเที่ยว 5.5 การประเมินมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวก และพัฒนาแนวทางปรับปรุง (ห้องน้ำ ร้านอาหาร ร้านค้า) 5.6 การส่งเสริมคุณภาพที่พักในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (ม.โฮมสเตย์) 5.7 ข้อจำกัดด้านกฎระเบียบราชการ (การเบิกจ่าย)
7 พัฒนากิจกรรม และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	6.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (วิ่งมาราธอน/ถ้ำ/ปีนเขา โรยตัวหน้าผา/สวนผลไม้) สอดคล้องกับการจัดการขยะ อปท. 6.2 การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว 6.4 การปรับปรุงของที่ระลึกของแหล่งท่องเที่ยว
8 พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวใหม่ ชุมชนทำ ททท. ทำ มีการดำเนินการบ้างแล้ว 7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว 7.3 การสร้างจิตสำนึกนักท่องเที่ยวที่ดี การรักษาความสะอาด Gap – กลุ่มนักท่องเที่ยวไทยวัยรุ่น นักท่องเที่ยวจีน (ไม่รู้แหล่งทิ้งขยะ) 7.4 ท่องเที่ยวเชิงดิจิทัล ซื้อทัวร์ออนไลน์ creative content marketing (review by experienced tourist) นักท่องเที่ยวรีวิวบอกต่อสร้างกระแส

แผนภาพที่ 3.9–9: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของจังหวัดพิษณุโลก

หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดพิษณุโลก

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.9-21: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[11]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1, 2.1, 2.2 ข้อ 3 ทั้งหมด 4.3 ข้อ 5 ทั้งหมด 6.1 ข้อ 7 ทั้งหมด	โครงการศึกษาและประเมินศักยภาพความพร้อมของทรัพยากรการท่องเที่ยว ของอำเภอเนินมะปรางจังหวัดพิษณุโลก	รวบรวมข้อมูลทางกายภาพ ประเมินความพร้อมของสถานที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งด้านการเข้าถึงสถานที่ คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก บุคลากรในพื้นที่ พฤติกรรมและความพร้อมชุมชน สถานที่พัก ร้านอาหาร ระบบจัดการขยะ เป็นต้น จากนั้นวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย และกำหนดกิจกรรมและเส้นทางสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ และกำหนดแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ ระบบบริหารสถานที่ท่องเที่ยว ระบบกำจัดขยะ และอื่นๆ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและชุมชน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจังหวัดพิษณุโลก
6.1, 6.2, 6.4, 7.1, 7.2	โครงการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เป้าหมายในชุมชนผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว	พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นและถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อเป็นกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดพิษณุโลก
5.4, 7.3	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยว	พัฒนาระบบการจัดการขยะในพื้นที่ให้สามารถรองรับปริมาณขยะจากนักท่องเที่ยวและชุมชนได้อย่างเพียงพอ เหมาะสม เพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน	สนง.ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดพิษณุโลก
7.1, 7.4	โครงการพัฒนาธุรกิจดิจิทัลสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	การนำเครื่องมือทางดิจิทัล นำมาใช้เพื่อเชื่อมโยงระบบระบบนิเวศทางธุรกิจด้านการท่องเที่ยว (Business Ecosystem) โดยให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงกันระหว่าง	มหาวิทยาลัยนเรศวร

[11] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
	(Digital Business For Tourism)	เครือข่ายหน่วยธุรกิจ (Business Unit) อาทิ โรงแรม ร้านอาหาร แหล่งผลิตของฝากที่มีชื่อเสียง ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ภายใต้ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาห่วงโซ่ทางคุณค่า (Value Chain) โดยคำนึงถึงการบริหารจัดการ ที่สะดวกรวดเร็วและง่ายต่อการเข้าถึงของลูกค้า	

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการศึกษาและประเมินศักยภาพความพร้อมของทรัพยากรการท่องเที่ยวของอำเภอเนินมะปราง
ที่มา / หลักการและเหตุผล: พิษณุโลกมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีความสมบูรณ์ทางทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งเชิงนิเวศ ประวัติศาสตร์ วิถีความเป็นไทย โดยเฉพาะอำเภอเนินมะปรางซึ่งมีทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (ภูเขา ผา ถ้ำ น้ำตก) และวิถีชุมชนโดยเฉพาะการทอผ้าและจักรสาน รวมถึงสวนผลไม้ การศึกษาวิจัยและพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาพื้นที่ของอำเภอเนินมะปรางที่จะนำไปสู่การวางแผนกำหนดทิศทางการพัฒนาของอำเภอเนินมะปรางให้เกิดการพัฒนาพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวด้านธรรมชาติ วิถีชีวิต เกษตรฯลฯ ที่มีศักยภาพให้ได้รับการพัฒนาในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวต่อไป
สรุปแนวคิดโครงการ รวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เนินมะปราง เพื่อกำหนดจุดขายของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นพื้นที่ซึ่งยังไม่ได้มีการพัฒนาเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างจริงจัง จึงเป็นโอกาสที่จะกำหนดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยว และพัฒนาระบบบริหารจัดการอย่างรอบด้าน เตรียมความพร้อมของชุมชนและสถานที่ ประเมินศักยภาพด้านพลังงานและน้ำ ก่อนการประชาสัมพันธ์ให้เนินมะปรางเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดพิษณุโลก
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1.สำรวจทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในอำเภอเนินมะปราง 2.ศึกษาและประเมินศักยภาพความพร้อมทรัพยากรทางการท่องเที่ยวตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกที่พร้อมให้บริการ 3.ประสานงานเครือข่ายระดับผู้นำในพื้นที่และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 4.จัดประชุมหารือให้ความเห็นวิเคราะห์ SWOT และกลไกขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ตามแนวคิด VC เน้นท่องเที่ยวชุมชน 5.วางแผนและจัดทำแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1.ค้นหาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวและระดมความคิดเห็นในชุมชนพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย 2.ประเมินศักยภาพในแหล่งท่องเที่ยว (ลักษณะทางกายภาพ ความโดดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยว การบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมและการให้ความรู้ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวประเมินและสำรวจสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว) 3.วางแนวทางปฏิบัติเพื่อการพัฒนาพื้นที่อย่างยั่งยืนและการบูรณาการเรื่องแผนงานโครงการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานเกี่ยวข้อง : สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก, อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพิษณุโลก, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น, พัฒนาชุมชนจังหวัดพิษณุโลก, สำนักงานพาณิชย์จังหวัดพิษณุโลก, สำนักงานสถิติจังหวัดพิษณุโลก, สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพิษณุโลก, สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก
ผลลัพธ์: - ได้ทราบคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน ได้แผนงานโครงการ - ได้ทราบถึงศักยภาพถึงการเตรียมความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ - การพัฒนาพื้นที่ผ่านการศึกษา และมีกลไกในการจัดทำแผนสู่การปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง และยกระดับพื้นที่เกิดการพัฒนาและรองรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
ผลผลิต: - ได้รายงานการศึกษาและผลการประเมินศักยภาพความพร้อมในพื้นที่การท่องเที่ยว - ได้แผนงานโครงการที่นำไปสู่การพัฒนาพื้นที่การท่องเที่ยวในอนาคต - ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชุมชนระดับอำเภอ (นำร่อง) - แผนงาน/โครงการ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอำเภอเนินมะปรางอย่างยั่งยืน
ตัวชี้วัดของโครงการ: ทิศทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวใน -ชุมชนอย่างยั่งยืน (แนวทางการวัดประเมิน) - ได้เป้าหมายแผนการพัฒนาเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดนำไปสู่การปรับปรุงโครงการที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมทิศทางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ - ได้ผลการศึกษาที่ได้นำไปสู่ข้อเท็จจริงในการพัฒนาพื้นที่อย่างยั่งยืน

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ
1. ค้นหาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวและระดมความคิดเห็นในชุมชนพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย	4 เดือน	500,000	เครือข่ายความร่วมมือในชุมชน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ที่ปกครองอำเภอเนินมะปราง/อปท./ ททท./ สนง.พัฒนาชุมชน
2. ประเมินศักยภาพในแหล่งท่องเที่ยว	4 เดือน	100,000	เครือข่าย	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ที่ปกครองอำเภอเนินมะปราง/

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ
- ลักษณะทางกายภาพ - ความโดดเด่นของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว - ด้านการบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยว - ด้านการมีส่วนร่วมและการให้ความรู้ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว - ประเมินและสำรวจสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว				อปท./ ททท./ สนง.พัฒนาชุมชน/ สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว/ สนง.สถิติจังหวัด/ สนง.วัฒนธรรมจังหวัด
3. ศักยภาพหรือแนวทางการปฏิบัติเพื่อการพัฒนาพื้นที่อย่างยั่งยืนและการบูรณาการในเรื่องแผนงานโครงการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	4 เดือน	100,000	เครือข่าย	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ ที่ปกครองอำเภอเนินมะปราง/ อปท./ ททท./ สนง.พัฒนาชุมชน/ สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว
3.1 ค้นหาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวและระดมความคิดเห็นในชุมชนพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย	4 เดือน	500,000	เครือข่าย ความร่วมมือในชุมชน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ ที่ปกครองอำเภอเนินมะปราง/ อปท./ ททท./ สนง.พัฒนาชุมชน
3.2 ประเมินศักยภาพในแหล่งท่องเที่ยว - ลักษณะทางกายภาพ - ความโดดเด่นของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว - ด้านการบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยว - ด้านการมีส่วนร่วมและการให้ความรู้ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว - ประเมินและสำรวจสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	4 เดือน	100,000	เครือข่าย	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ ที่ปกครองอำเภอเนินมะปราง/ อปท./ ททท./ สนง.พัฒนาชุมชน/ สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว/ สนง.สถิติจังหวัด/ สนง.วัฒนธรรมจังหวัด
3.3 ศักยภาพหรือแนวทางการปฏิบัติเพื่อการพัฒนาพื้นที่อย่างยั่งยืนและการบูรณาการในเรื่องแผนงานโครงการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	4 เดือน	100,000	เครือข่าย	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ ที่ปกครองอำเภอเนินมะปราง/ อปท./ ททท./ สนง.พัฒนาชุมชน/ สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เป้าหมายในชุมชนผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

พิษณุโลกมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและสมบูรณ์ทั้งเชิงนิเวศ ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะอำเภอเนินมะปราง แหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นของอำเภอเนินมะปรางถูกขนานนามว่าเป็นกุ้ยหลินเมืองไทย ด้วยศักยภาพของพื้นที่มีทัศนียภาพสวยงาม อาทิ เขาผาหลวง ถ้ำผาท่าพล ถ้าผานาคิน ถ้ำรอด ซึ่งเป็นกลุ่มเทือกเขาอายุราว 360 ล้านปี มีค้างคาวนับล้านโบยบินยามเย็น สวยงามแบบ Unseen ประกอบกับความได้เปรียบเชิงพื้นที่และความสดของธรรมชาติ ทำให้การสร้างสรรค์กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวทำได้หลากหลาย อาทิ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผจญภัย เกษตร วิถีชีวิต กิจกรรมสำคัญในโครงการนี้ประกอบด้วย กิจกรรมพัฒนาศักยภาพหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาเพื่อการท่องเที่ยว/กิจกรรมพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากด้วยการท่องเที่ยวโดยชุมชน/กิจกรรม Bike for ‘Noenmaprang’ โอบกอดขุนเขาสัมผัสไออุ่น...@ เนินมะปราง กิจกรรมข้างต้นเป็นการเสริมสร้างอาชีพและรายได้ในรูปแบบของหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยเน้นความเป็นเอกลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและภูมิปัญญาท้องที่ให้สอดคล้องกับความเป็นอยู่วิถีชุมชน กำหนดแนวคิดและวางแผนการทำงานตามที่ชุมชนต้องการ การแปรรูปผลผลิตสินค้าชุมชน การให้บริการลูกค้า การท่องเที่ยวโดยชุมชน/เครือข่ายผู้ผลิต/ชุมชนทำให้เกิดความมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนกิจกรรมไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนที่ดี มีความสุข กิจกรรมสำคัญอีกประการหนึ่งที่สร้างเสริมสุขภาพผ่านการเดินและปั่นเพื่อศึกษาเรียนรู้วิถีชุมชนชื่นชมธรรมชาติ ทำให้เกิดความร่วมมือกันของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นกลไกในการขับเคลื่อนกิจกรรมทั้งหมดดังกล่าวข้างต้น

สรุปแนวคิดโครงการ

พัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของชุมชนให้ทันสมัย ในขณะที่ยังคงสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมทั้งพัฒนาให้ชุมชนรับนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมแหล่งผลิตสินค้าหัตถกรรมของที่ระลึก ทั้งแบบดั้งเดิมและแบบประยุกต์ ซึ่งจะทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของเนินมะปรางอีกประเภทหนึ่ง

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1.สำรวจศักยภาพ/ความพร้อมของหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และภูมิปัญญาเพื่อการท่องเที่ยว 2.ประสานเครือข่ายสืบค้นบันทึกองค์ความรู้และหาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 3.พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นและถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อเป็นกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน 4.ทดลองผลิตภัณฑ์กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อหาความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยว 5.ผู้นำชุมชนนำผลิตภัณฑ์เป้าหมาย สู่กระบวนการผลิตและถ่ายทอดองค์ความรู้ 6.ชุมชนและผู้นำดำเนินกิจกรรม เดินและปั่นชมธรรมชาติ 7.สร้างความเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวชุมชนกลุ่มจังหวัด จัดทำแผนที่โปรแกรมการท่องเที่ยว 8.ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน ประชาสัมพันธ์สร้างเว็บไซต์ 9.ส่งเสริมช่องทางการตลาดท่องเที่ยว พัฒนาสินค้าตลาดท่องเที่ยวชุมชน เชื่อมโยงเครือข่าย

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานเกี่ยวข้อง : สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก, สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดพิษณุโลก, ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 2, อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพิษณุโลก, พัฒนาชุมชนจังหวัดพิษณุโลก, สำนักงานพาณิชย์จังหวัดพิษณุโลก, สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพิษณุโลก, สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดพิษณุโลก

ผลลัพธ์:

- หมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ไม่น้อยกว่า 3 ผลิตภัณฑ์ต่อหมู่บ้าน
- ครัวเรือนมีคุณภาพชีวิตและมีรายได้เพิ่มขึ้น เฉลี่ยผ่านเกณฑ์ จปฐ. จากการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- หมู่บ้าน/ชุมชนเป้าหมาย ได้รับการเสริมสร้างให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ วิถีชีวิตชุมชนที่มีวัฒนธรรมชุมชน
- การประหยัดค่ารักษาพยาบาลส่วนบุคคลและสังคม จากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- การสร้างเสริมสุขภาวะทำให้ประชาชนมีสุขภาพดีผ่านการท่องเที่ยวชุมชนโดยการเดินและปั่น

ผลผลิต:

- ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ราษฎรและผู้นำท้องถิ่นมีความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ให้เข้ากับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาเพิ่มขึ้น
- หมู่บ้านที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวชุมชนได้รับสื่อประชาสัมพันธ์หมู่บ้านเพื่อการพัฒนาพื้นที่ ต่อไป
- มีหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
- การเข้าร่วมของประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมโดยการเดินและปั่น เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน เพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดของโครงการ:

หมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนามีความพึงพอในไม่น้อยกวาร้อยละ 85

- ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพิ่มขึ้นร้อยละ 10
- ร้อยละของผู้เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนมีความรู้ความเข้าใจ มีส่วนร่วมในการพัฒนาเครือข่ายการผลิต /ชุมชน/ การให้บริการร้อยละ 70
- ร้อยละของจำนวนครัวเรือนมีรายได้จากการท่องเที่ยวชุมชนเพิ่มขึ้นร้อยละ 10
- ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชน
- ร้อยละของประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีสุขภาพดีเพิ่มขึ้นร้อยละ 80
- ร้อยละของการประหยัดค่ารักษาพยาบาลจากการเจ็บป่วยผ่านการออกกำลังการด้วยการเดินและปั่น จากกิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชน เพิ่มขึ้น ร้อยละ 20
- ร้อยละของการทำงานร่วมกันของภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการโครงการท่องเที่ยวชุมชน เพิ่มขึ้นร้อยละ 70

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ
1.สำรวจศักยภาพและความพร้อมของหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เชิงสร้างสรรค์และภูมิปัญญาเพื่อการท่องเที่ยว	1 เดือน	10,000	เครือข่ายความร่วมมือในชุมชน	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด/ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่2/ ที่ทำการปกครองอำเภอเนินมะปราง
2.ประสานเครือข่ายสืบค้นบันทึกองค์ความรู้และหาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ	1 เดือน	50,000		สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด/ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่2/ ที่ทำการปกครองอำเภอเนินมะปราง

ขั้นตอน	ระยะเวลา	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ
3.พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นและถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อเป็นกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน	3 เดือน	95,000		สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด/ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่2/ ที่ทำการปกครองอำเภอเนินมะปราง /สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ สนง.วัฒนธรรมจังหวัด
5 ทดลองผลิตภัณฑ์กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อหาความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยว	1 เดือน	400,000		นง.อุตสาหกรรมจังหวัด/ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่2/ ที่ทำการปกครองอำเภอเนินมะปราง/ สนง.พาณิชย์จังหวัด/ สนง.พลังงานจังหวัด
6 ผู้นำชุมชนนำผลิตภัณฑ์เป้าหมายที่ได้รับการพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว นำสู่กระบวนการผลิตและถ่ายทอดองค์ความรู้	2 เดือน	200,000		สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด/ ที่ทำการปกครองอำเภอเนินมะปราง
7.ชุมชนและผู้นำดำเนินกิจกรรมเดินและปั่นชมธรรมชาติ	8 เดือน	200,000		สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ที่ทำงานปกครองอำเภอเนินมะปราง / อปท. /ททท.
8.สร้างความเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวชุมชนกลุ่มจังหวัด จัดทำแผนที่โปรแกรมการท่องเที่ยว	2 เดือน	217,520		สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด/ที่ทำการปกครองอำเภอเนินมะปราง /ททท./ สนง.จังหวัดพิษณุโลก/ สนง.ประชาสัมพันธ์จังหวัด
9.ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน ประชาสัมพันธ์สร้างเว็บไซต์	2 เดือน	253,600		สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด /สนง.การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ ที่ทำการปกครองอำเภอเนินมะปราง /ททท./ สนง.ประชาสัมพันธ์จังหวัด
10.ส่งเสริมช่องทางการตลาดท่องเที่ยว พัฒนาสินค้าตลาดท่องเที่ยวชุมชน เชื่อมโยงเครือข่าย	2 เดือน	300,000		สนง.การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / ที่ทำการปกครองอำเภอเนินมะปราง/ททท./ สนง.ประชาสัมพันธ์จังหวัด
11. ค่าบริหารจัดการโครงการ (ประเมินผลโครงการฯ / ประสานงาน/ฯลฯ)	10 เดือน	73,880		สนง.การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ ที่ทำการปกครองอำเภอเนินมะปราง /อปท. /สนง. สถิติจังหวัด/ สนง. พลังงานจังหวัด

ชื่อโครงการ: โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยว

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ด้วยลักษณะภูมิประเทศและหลักฐานทางประวัติศาสตร์ วิถีชุมชน อำเภอเนินมะปรางจึงเหมาะแก่การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทำรายได้ให้กับชุมชนในพื้นที่และจังหวัดพิษณุโลกได้อย่างมหาศาล อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ตามมากับนักท่องเที่ยวคือปัญหาการเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวและปัญหาการทำลายสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัญหาการเพิ่มขึ้นของปริมาณขยะมูลฝอย ซึ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอเนินมะปราง จำนวน 8 แห่ง มีการให้บริการจัดเก็บและเก็บขนขยะเพียงแห่งเดียวคือ เทศบาลตำบลเนินมะปราง โดยนำไปทิ้งที่บ่อฝังกลบขยะเทศบาลเมืองพิจิตร อีก 7 แห่ง ไม่มีระบบจัดการขยะ มูลฝอยให้บริการในพื้นที่ ทำให้หน้าที่ในการจัดการขยะมูลฝอยทุกภาคส่วนต้องจัดการด้วยตนเอง ดังนั้น หากไม่มีระบบการจัดการที่ดีและการเตรียมการป้องกันที่เหมาะสม ปัญหาขยะตกค้างจากนักท่องเที่ยวจะเป็นสาเหตุให้สถานประกอบการที่พัก ผู้ประกอบการร้านค้า ร้านอาหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ไม่สามารถรวบรวมขยะมูลฝอยและนำไปกำจัดได้อย่างมีประสิทธิภาพและถูกต้องตามหลักสุขาภิบาล ดังนั้นเพื่อให้การแก้ไขปัญหาขยะมูลฝอยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวแห่งใหม่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่รองรับการท่องเที่ยวมีระบบจัดการขยะเพื่อนำไปให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อแก้ไขปัญหาขยะจากนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปแนวคิดโครงการ

คัมภีร์ (2554) ศึกษาองค์ประกอบของขยะมูลฝอยที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติผาแต้มพบว่า ผู้ที่ทำให้เกิดขยะแบ่งออกเป็น 1) นักท่องเที่ยวที่เดินทางแบบพักค้างคืน 2) นักท่องเที่ยวแบบไม่พักค้างคืน (มักจะนำอาหารมาเอง) และ 3) ผู้ประกอบการร้านค้า ขยะที่เกิดขึ้นได้แก่ เศษผัก ผลไม้ เศษอาหาร บรรจุภัณฑ์ที่เหลือทิ้ง เช่น ถุงพลาสติก ถุงขนม ขบเคี้ยว องค์ประกอบของขยะมูลฝอยที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยว เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ เศษอาหารมากที่สุดเฉลี่ย 41.64% รองลงมาได้แก่ แก้ว เฉลี่ย 21.54% รองลงมาได้แก่ พลาสติก เฉลี่ย 17.04% กระดาษเฉลี่ย 9.45% เป็นต้น มีข้อเสนอแนวทางการจัดการขยะโดยเลือกระบบคัดแยกขยะร่วมกับการหมักปุ๋ยและวิธีการเผาโดยใช้เตาเผาขยะแบบง่าย ระบบคัดแยกขยะที่ดี สามารถแยกเศษอาหารและขยะอินทรีย์ออกไปทำน้ำหมักชีวภาพ และปุ๋ยหมักจากขยะ เฉลิมพล (2553) พบว่า ชนิดของขยะมูลฝอยที่พบมากที่สุดในร้านอาหาร เป็นเศษอาหารที่เลี้ยงสัตว์ไม่ได้ คิดเป็น 30.62% และที่พบน้อยที่สุด คือ กระป๋องอะลูมิเนียม คิดเป็น 0.12% มีน้ำมันพืชเก่าที่ผู้ประกอบการร้านค้าทิ้งเยอะมาก ควรทำกิจกรรมรณรงค์ขยะที่ไม่มีมูลค่าเชิงพาณิชย์ เช่น รณรงค์ลดใช้ถุงพลาสติก

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. ส่งเสริมระบบคัดแยกขยะมูลฝอย ณ แหล่งกำเนิด
2. การจัดการขยะที่มีมูลค่าเชิงพาณิชย์
3. รณรงค์ลดปริมาณขยะที่ไม่มีมูลค่าเชิงพาณิชย์
4. การสร้างการรับรู้ระบบการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวให้กับมัคคุเทศก์เพื่อถ่ายทอดให้กับนักท่องเที่ยว (ลูกทัวร์)

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: เทศบาลตำบลเนินมะปราง, เทศบาลตำบลบ้านมุง, อบต.ชมพู, เทศบาลตำบลวังโพรง, อบต.บ้านน้อยซุ้มขี้เหล็ก, อบต.วังยาง, เทศบาลตำบลไทรย้อย, เทศบาลตำบลบ้านมุง, คณะกรรมการป่าชุมชน, สถาบันการศึกษา, ภาคเอกชน (ผู้ประกอบการร้านค้า ร้านอาหาร สถานประกอบการที่พัก บุคลากรทางการท่องเที่ยว (มัคคุเทศก์)), กลุ่มวิสาหกิจ, อสม (อาสาสมัครสาธารณสุขหมู่บ้าน), สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดพิษณุโลก

ผลลัพธ์: 1. ปริมาณขยะตกค้างจากนักท่องเที่ยวลดลง 2. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว มีระบบการจัดการขยะแบบแยกประเภท 3. ไม่มีปัญหาขยะตกค้างจากนักท่องเที่ยว 4. เกิดกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจากขยะที่มีมูลค่าเชิงพาณิชย์
ผลผลิต: 1. การอบรมให้ความรู้เรื่องการคัดแยกขยะ จำนวน 5 รุ่น 2. คู่มือการคัดแยกขยะเพื่อรองรับการคัดแยกขยะ จำนวน 1,000 เล่ม 3. แผนการจัดเก็บขยะแบบแยกประเภท จำนวน 8 แผน 4. แหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดวางถังขยะแบบแยกประเภท จำนวน 50 จุด 5. ข้อตกลงความร่วมมือการจัดการขยะจากการท่องเที่ยว จำนวน 8 แห่ง 6. ธนาคารขยะรีไซเคิล จำนวน 1 แห่ง 7. กลุ่มรับซื้อน้ำมันพืชเก่า จำนวน 1 กลุ่ม 8. กลุ่มผลิตเชื้อเพลิงอัดแท่งทดแทนพลังงานในโรงงานเอกชน จำนวน 1 กลุ่ม
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1. เกณฑ์ประเมินการคัดแยกขยะ ณ แหล่งกำเนิด (การท่องเที่ยว) 2. กลุ่มเป้าหมายที่ผ่านเกณฑ์ประเมินการคัดแยกขยะ ณ แหล่งกำเนิด ในระดับดี เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา 3. ร้านค้า ร้านอาหาร สถานประกอบการที่พัก เป็นสมาชิกธนาคารขยะรีไซเคิล เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
แผนงานที่ 1: ส่งเสริมระบบคัดแยกขยะมูลฝอย ณ แหล่งกำเนิด 1.1 การอบรมให้ความรู้เรื่องการคัดแยกขยะแก่กลุ่มเป้าหมาย 1.2 การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ “คู่มือการคัดแยกขยะเพื่อรองรับการท่องเที่ยว” เพื่อแสดงให้เห็นเส้นทางการจัดการขยะแต่ละประเภทที่ถูกต้อง 1.3 การจัดทำแผนการจัดเก็บขยะแบบแยกประเภทพร้อมประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ (เชื่อมโยงระบบกำจัดขยะ-ปลายทางของขยะให้กับกลุ่มเป้าหมาย)	ต.ค. 62 – ก.พ. 63	890,000 บาท	ในพื้นที่มีกลุ่มจักสานกระบุงตะกร้า สามารถนำผลิตภัณฑ์มาประยุกต์เป็นถังขยะรองรับขยะแบบแยกประเภทได้	สนง. ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม/ สนง. พลังงานจังหวัด/ อปท. / สถาบันการศึกษา/ อสม.	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1.4 การจัดหาภาชนะรองรับขยะแบบแยกประเภทที่เหมาะสมกับแหล่งกำเนิด แต่ละประเภท (อาจส่งเสริมการประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์ถังเก็บขยะแบบแยกประเภท เพื่อตั้งไว้ในแหล่งท่องเที่ยว) 1.5 จัดประชุมสร้างความร่วมมือและทำข้อตกลงการคัดแยกขยะจากการท่องเที่ยว 1.6 การประเมินประสิทธิภาพการคัดแยกขยะในแหล่งกำเนิดขยะจากการท่องเที่ยว					
แผนงานที่ 2: การจัดการขยะที่มีมูลค่าเชิงพาณิชย์ 2.1 จัดตลาดรับซื้อขยะรีไซเคิล 2.2 น้ำมันพืชเก่าแลกน้ำมันพืชใหม่ 2.3 เชื้อเพลิงอัดแท่งทดแทนพลังงานในโรงงานเอกชน	เป็นประจำเดือนละ 1 ครั้ง	5,000	- ร้านรับซื้อของเก่ารายใหญ่ เช่น สาขาวงษ์พาณิชย์ - อาคารอเนกประสงค์ สมุดบันทึกบัญชีธนาคาร ขยะเครื่องชั่งน้ำหนัก เครื่องคิดเลข - โรงงานแปรรูปน้ำมันพืชเก่าเป็นน้ำมันดีเซล - เครื่องบีบอัดขยะ/โรงงานเอกชน/โรงปูนซีเมนต์ ที่มีระบบบำบัดมลพิษ-Dioxin	ธนาคารขยะรีไซเคิล เทศบาล ตำบลไทรย้อย/อปท./ภาคเอกชน	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
แผนงานที่ 3: รณรงค์ลดปริมาณขยะที่ไม่มีมูลค่าเชิงพาณิชย์ 3.1 รณรงค์การใช้วัสดุธรรมชาติ เช่น ใบพลวง ใบบัว กะลามะพร้าว เป็นภาชนะรองรับบรรจุภัณฑ์อาหารในร้านอาหาร 3.2 การนำเศษผัก/ผลไม้/ไปเป็นอาหารสัตว์เลี้ยง 3.3 การผลิตน้ำหมักชีวภาพ/ปุ๋ยหมักในแหล่งท่องเที่ยว, ร้านค้า, ร้านอาหาร,ที่พัก	ตลอดปี	200,000 บาท	- แปลงปลูกไม้พลวง ใบบัว เพื่อเป็นวัตถุดิบ - ถังใส่เศษอาหาร - ถังพลาสติกหมักเศษอาหาร EM กากน้ำตาล - ขี้วัว ขี้ควาย ขี้ไก่	เจ้าของแปลงปลูก/คณะกรรมการป่าชุมชน/ร้านค้า/เจ้าของสัตว์เลี้ยง	
แผนงานที่ 4: การสร้างการรับรู้ระบบการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวให้กับมัคคุเทศก์เพื่อถ่ายทอดให้กับนักท่องเที่ยว (ลูกทัวร์) 4.1 จัดประชุมสร้างการรับรู้และความร่วมมือแนวทางการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวให้กับบริษัททัวร์ 4.2 จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ แผ่นพับคู่มือการจัดการขยะ ฉบับนักท่องเที่ยว	เดือนละครั้ง	500,000 บาท	เข้าร่วมเวทีการประชุมชี้แจงของสมาคมการท่องเที่ยวของจังหวัด		

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาธุรกิจดิจิทัลสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว)Digital Business For Tourism)

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

อุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันและอัตราการเจริญเติบโตที่สูง ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าและรายได้ให้กับประเทศ เมื่อพิจารณาข้อมูลการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือจะพบว่ายังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและสามารถพัฒนาให้เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวได้ โดยในจังหวัดพิษณุโลก การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ถือว่ายังมีความน่าสนใจและยังเป็นมีโอกาสในการแย่งส่วนแบ่งทางตลาด อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องปรับตัวอันเกิดจากปัจจัยสำคัญ 2 ปัจจัยคือ (1) พฤติกรรมของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป และ (2) การแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีความน่าสนใจ โดยปัจจัยแรกคือ พฤติกรรมของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวอย่างรุนแรง ปัจจุบันกลุ่มลูกค้ามีความต้องการในการเข้าถึงข้อมูลโดยการใช้งานผ่านระบบดิจิตอลมากขึ้น ดังนั้นหากต้องการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและขยายตลาดของธุรกิจการท่องเที่ยวต้องพิจารณาถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำการตลาดด้านการท่องเที่ยว สร้างข้อมูลข่าวสารที่มีความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยว และใช้เครื่องมือผ่าน Social Network เพื่อเพิ่มศักยภาพในปิดการขาย ปัจจัยที่สอง คือ การแสวงแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่ที่มีความน่าสนใจและมีจุดดึงดูดของนักท่องเที่ยว โดยแนวโน้มการท่องเที่ยวในรูปแบบธรรมชาตินิยม (Farm-genic) ที่เน้นแนวคิดในการให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับความเป็นท้องถิ่น การท่องเที่ยวในไลฟ์สไตล์ที่มีความเฉพาะโดดเด่น ได้สัมผัสกับประสบการณ์ที่เป็นจริง เป็นธรรมชาติ ดังนั้นจะส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สามารถตอบโจทย์ได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะหากสามารถสร้างวิธีให้นักท่องเที่ยวสามารถออกแบบการการท่องเที่ยวด้วยตนเองและมีไลฟ์สไตล์ (lifestyle) ที่โดดเด่นและเฉพาะเจาะจง แต่ยังคงความสะดวกสบายในการเข้าถึง

สรุปแนวคิดโครงการ

การนำเครื่องมือทางดิจิทัล นำมาใช้เพื่อเชื่อมโยงระบบระบบนิเวศทางธุรกิจด้านการท่องเที่ยว (Business Ecosystem) โดยให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงกันระหว่างเครือข่ายหน่วยธุรกิจ (Business Unit) อาทิ โรงแรม ร้านอาหาร แหล่งผลิตของฝากที่มีชื่อเสียง ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ภายใต้ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาห่วงโซ่ทางคุณค่า (Value Chain) โดยคำนึงถึงการบริหารจัดการ ที่สะดวกรวดเร็วและง่ายต่อการเข้าถึงของลูกค้า

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

พัฒนารูปแบบระบบดิจิทัล และเชื่อมโยงครบวงจรทั้งระบบ
ออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีโอกาสของการเพิ่มรายได้
พัฒนารูปแบบระบบการตลาดดิจิทัลครบวงจรทั้งระบบ
สร้างความเข้าผู้ประกอบการ และ ประยุกต์ใช้จริง

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

เจ้าภาพหลัก มหาวิทยาลัยนเรศวร
เจ้าภาพร่วม สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ ททท./ สมาคมการท่องเที่ยว/ สภาอุตสาหกรรม/ หอการค้า/ สนง.สหกรณ์จังหวัด/ สนง.พาณิชจังหวัด

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

มหาวิทยาลัยนเรศวร

ผลลัพธ์:

ใช้ดิจิทัลเพื่อการขยายช่องทางการตลาดและประชาสัมพันธ์ (ปิด GAP)

ผลผลิต: พัฒนาตลาดดิจิทัล
ตัวชี้วัดของโครงการ: ใช้ดิจิทัลเพื่อการค้า ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีการพัฒนารูปแบบบริการเชิงสร้างสรรค์ ขยายช่องทางการตลาด พัฒนาผู้ประกอบการให้ สามารถดูแลรักษาระบบการค้าได้ด้วยตนเองอย่างยั่งยืน

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
พัฒนารูปแบบระบบดิจิทัลและเชื่อมโยงครบวงจรทั้งระบบ	6 เดือน		ผู้เชี่ยวชาญ/เครือข่ายธุรกิจ/เครื่องมือ/อุปกรณ์	มหาวิทยาลัย/สนง.ท่องเที่ยวจังหวัดและกีฬาจังหวัด/ ททท./สมาคมการท่องเที่ยว	
ออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีโอกาสของการเพิ่มรายได้	2 เดือน		คน/เครื่องมือ/อุปกรณ์	มหาวิทยาลัย/สนง.ท่องเที่ยวจังหวัดและกีฬาจังหวัด/ ททท./สมาคมการท่องเที่ยว	
พัฒนารูปแบบระบบการตลาดดิจิทัล ครบวงจรทั้งระบบ	3 เดือน		คน/เครื่องมือ/อุปกรณ์	มหาวิทยาลัย/สนง.ท่องเที่ยวจังหวัดและกีฬาจังหวัด/ ททท./สมาคมการท่องเที่ยว	
สร้างความเข้าผู้ประกอบการ และประยุกต์ใช้จริง	1 เดือน		คน/เครื่องมือ/อุปกรณ์	มหาวิทยาลัย	

3.3.7 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดสุโขทัย

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดสุโขทัย

จังหวัดสุโขทัย ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ข้าวปลอดภัย	- การปลูกข้าวแบบปลอดภัยไม่ใช้สารเคมีจนสามารถลดต้นทุนและเพิ่มรายได้ให้เกษตรกรอย่างเป็นรูปธรรม - รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์และข้าวปลอดภัยมากขึ้น ทำให้มีความช่วยเหลือผ่านโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวกับข้าวปลอดภัยออกมาจากภาครัฐในหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง
ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์	- มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เป็นมรดกโลกและเป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศจำนวนมาก คือ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ซึ่งเชื่อมต่อกับเมืองบริวารคืออุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย และ อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร - มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เป็นองค์ประกอบอื่นที่เสริมความมีเสน่ห์ของความเป็นเมืองประวัติศาสตร์เพิ่มขึ้นเช่น พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติรามคำแหง วัดพิพัฒน์มงคล วัดช้างล้อม หลวงพ่อปี้ ศูนย์ศึกษาและอนุรักษ์เตาสังคโลก (เตาทุเรียง) เป็นต้น

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวปลอดภัย</u>

ภายใต้ประเด็นข้าวปลอดภัย ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) และโครงสร้างพื้นฐาน 2) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน 3) การพัฒนาเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวปลอดภัยของจังหวัดจังหวัดสุโขทัย

หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D) และโครงสร้างพื้นฐาน	1.1 วิจัยความต้องการข้าวของตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ 1.5 การพัฒนาและบริหารจัดการน้ำและระบบชลประทาน
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.4 เทคโนโลยีการบรรจุหีบห่อเพื่อรักษาคุณภาพและยืดอายุข้าว 4.5 การแปรรูปสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น (Value Creation)
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.5 พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด 6.6 มีตราสัญลักษณ์บรรจุภัณฑ์ข้าวเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

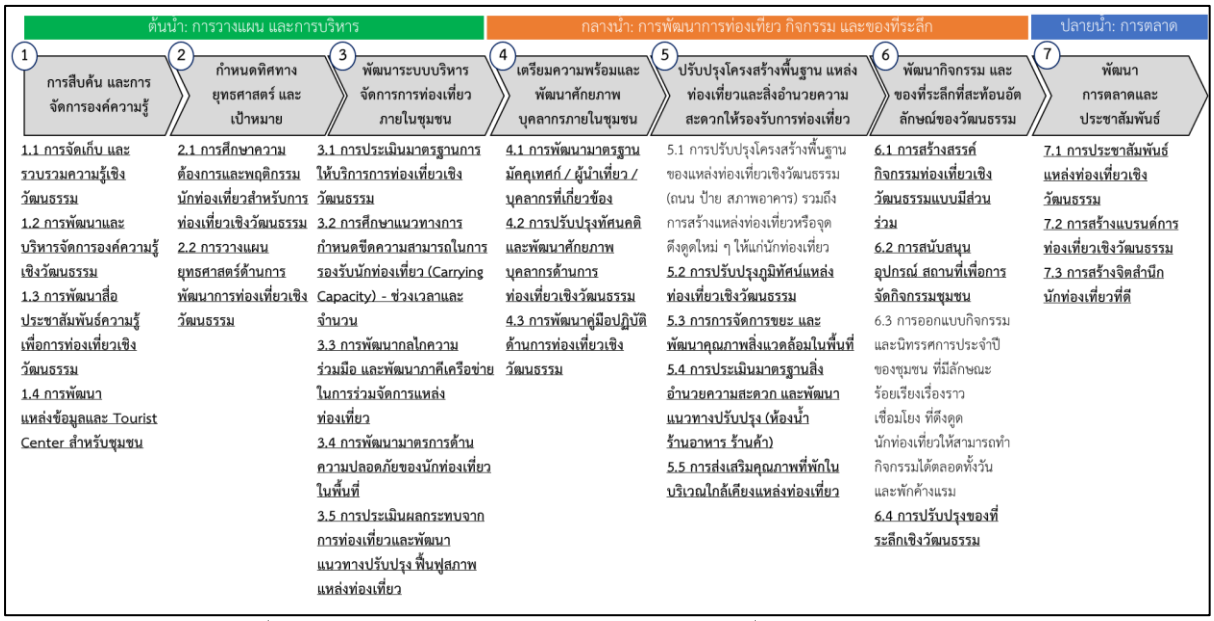
ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[12]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1	โครงการวิจัยตลาดข้าวปลอดภัย	ศึกษาวิจัยความต้องการทางการตลาดของข้าวปลอดภัย โดยเริ่มจากการศึกษาความต้องการของประชาชนภายในจังหวัดสุโขทัยก่อน แล้วจึงขยายไปยังพื้นที่นอกจังหวัดสุโขทัย และศึกษาความเป็นไปได้ในต่างประเทศ	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด / มหาวิทยาลัย
1.5	โครงการบริหารจัดการน้ำและชลประทาน	พัฒนาการบริหารจัดการน้ำและสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอสำหรับการรองรับปัญหาน้ำท่วม และภัยแล้ง	กรมชลประทาน
4.4 / 4.5 / 6.5 / 6.6	โครงการแปรรูปสินค้าเพื่อสร้างมูลค่าและสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด	การพัฒนาแปรรูปสินค้าเพื่อยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขัน โดยการปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งปัจจุบันสินค้าข้าวปลอดภัยยังมีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ได้เน้นความสวยงามมากนัก ดังนั้น โครงการจึงจะทำการวิจัยและพัฒนาแปรรูปสินค้า ควบคู่กับการพัฒนาเทคโนโลยีการบรรจุหีบห่อ และสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด และจัดจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมขน	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด / อุตสาหกรรมจังหวัด / กระทรวงพาณิชย์ / สถาบันการศึกษา

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์</u>

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้ 2) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย 3) พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน 4) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในชุมชน 5) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 6) พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม และ 7) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

[12]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ของจังหวัดสุโขทัย



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
5. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.1 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ถนน ป้าย สภาพอาคาร) รวมถึงการสร้างแหล่งท่องเที่ยวหรือจุดดึงดูดใหม่ ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว
6. พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม	6.3 การออกแบบกิจกรรม และนิทรรศการประจำปีของชุมชน ที่มีลักษณะร้อยเรียงเรื่องราว เชื่อมโยง ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สามารถทำกิจกรรมได้ตลอดทั้งวัน และพักค้างแรม

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[13]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
5.1	โครงการพัฒนาระบบขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์สุโขทัย	มีระบบขนส่งโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ ปลอดภัย และยั่งยืน สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดและหน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง
5.1	โครงการพัฒนาจุดท่องเที่ยว (Landmark) เพื่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์สุโขทัย	มีจุดท่องเที่ยวที่โดดเด่น (Landmark) ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของสุโขทัย	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดและหน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง
6.3	โครงการพัฒนากิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวค้างคืน (Long stay)	มีกิจกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้พักอยู่ในจังหวัดสุโขทัยนานขึ้น แทนการมาเที่ยวที่สุโขทัยแบบแค่วันเดียวแล้วผ่านไปเที่ยวและค้างที่จังหวัดข้างเคียง	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ททท.

[13]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดสุโขทัย

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด ซึ่งในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ตามรายละเอียดต่อไปนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวปลอดภัย

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- การปลูกข้าวแบบปลอดภัยไม่ใช้สารเคมีจนสามารถลดต้นทุนและเพิ่มรายได้ให้เกษตรกรอย่างเป็นรูปธรรม
- รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์และข้าวปลอดภัยมากขึ้น ทำให้มีความช่วยเหลือผ่านโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวกับข้าวปลอดภัยออกมาจากภาครัฐในหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 3.9-22: พื้นที่ปลูกข้าวชนิดต่างๆ (ไร่) (ข้อมูลสะสม ตั้งแต่ 1 พ.ค. 59 – 15 ก.ย. 59)

	ข้าวหอมมะลิ	ข้าวหอมปทุม	ข้าวเจ้า	ข้าวเหนียว	ข้าวสี	ข้าวอินทรีย์	รวม
นครสวรรค์	888,834	36,528	1,273,796	7,909	977	44	2,208,088
พิจิตร	**714,136**	**14,428**	**838,190**	**542**	**2,295**	**29**	**1,569,620**
พิษณุโลก	376,770	32,467	735,744	84,059	913	-	1,229,953
กำแพงเพชร	107,540	41,113	935,948	9,852	753	39	1,095,245
เพชรบูรณ์	255,298	22,111	434,278	200,863	3,146	15	915,711
สุโขทัย	151,155	21,862	701,472	25,643	701	-	900,833
อุตรดิตถ์	58,713	141,371	238,782	88,054	1,688	28	528,636
อุทัยธานี	31,525	68,308	378,494	2,453	1,345	81	482,206
ตาก	93,999	4,332	71,669	25,056	339	9	195,404
รวมภาคเหนือตอนล่าง	2,677,970	382,520	5,608,373	444,431	12,157	245	9,125,696

ที่มา: รายงานสถานการณ์การเพาะปลูกข้าวปี 2559/60 รอบที่ 1

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.9–10: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวปลอดภัย ของจังหวัดสุโขทัย

3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.9-23: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[14]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ(CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.2 / 2.1 / 4.2 / 4.3	โครงการวิจัยและพัฒนาพันธุ์ข้าวเพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวปลอดภัยและได้มาตรฐาน / โครงการเกษตรแปลงใหญ่	ศูนย์วิจัยข้าวพิษณุโลก กรมการข้าว / มหาวิทยาลัย / สนง.เกษตรจังหวัด / กรมส่งเสริมการเกษตร	กรมการข้าว และสถาบันการศึกษามีการวิจัยพัฒนาพันธุ์ข้าวให้กับเกษตรกร นอกจากนี้โครงการเกษตรแปลงใหญ่ยังส่งเสริมการทำการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่เกษตรกรอย่างยั่งยืน โดยข้าวที่ผลิตได้อย่างน้อยจะต้องผ่านมาตรฐานตามการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP)
1.3 / 1.4	โครงการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการผลิตข้าวที่ปลอดภัยจากสารเคมี	ศูนย์บริหารจัดการศัตรูพืช / สนง.เกษตรจังหวัด / กรมส่งเสริมการเกษตร	ถ่ายทอดความรู้การบริหารจัดการศัตรูข้าว โดยการบริหารระบบนิเวศน์ในนาข้าว การบริหารดินและปุ๋ยที่เหมาะสม เป็นต้น
2.2	โครงการการวางแผนการผลิตและแผนการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม	กรมชลประทานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	กำหนดแผนการผลิตให้เหมาะสมกับสภาพพื้นที่และฤดูกาล เช่น การปรับฤดูการปลูกข้าวเพื่อเลี่ยงปัญหาน้ำท่วมหรือภัยแล้งให้แก่เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ

[14] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ(CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.3	โครงการการจัดการวัตถุดิบเหลือใช้จากการปลูกข้าว	ชุมชนร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมพัฒนาที่ดิน กรมปศุสัตว์	การจัดการวัตถุดิบ หรือการแปรรูปวัตถุดิบเหลือใช้จากการปลูกข้าวเพื่อนำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่น เช่น ฟาง อาหารสัตว์ หรือนำไปทำเป็นวัตถุดิบสำหรับการบำรุงดิน เป็นต้น
3.1 /3.2	โครงการสหกรณ์การเกษตรสุโขทัย	กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	แก้ไขความเดือดร้อนในการประกอบอาชีพของสมาชิก เช่น ให้ความรู้ด้านการตลาด โดยการแนะนำการผลิตที่คุ้มกับการลงทุนและตรงกับความต้องการของตลาด
3.3	โครงการให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร	ธกส.	การให้ความช่วยเหลือทางการเงินตามมาตรการจากภาครัฐ ซึ่งบริหารผ่าน ธกส.
4.1	โครงการโรงสีชุมชน	ชุมชน	จังหวัดสุโขทัยมีโรงสีชุมชน แต่สำหรับข้าวปลอดภัยและข้าวอินทรีย์ จะต้องเป็นโรงสีแยกเฉพาะ ซึ่งปัจจุบันมี 2 โรงสี
5.1	โครงการสนับสนุนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท.	ทางจังหวัดร่วมกับ ปตท.	ทางจังหวัดได้ขอความร่วมมือกับ ปตท. ในการวางจำหน่ายสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่าย
5.2	โครงการขนส่งสินค้าข้าวปลอดภัย	เอกชน	ปัจจุบันมีเอกชนที่มารับข้าวจากเกษตรกรแล้วจัดส่งไปยังโรงสี และทำการบรรจุสินค้าเพื่อจัดส่งไปยังห้างขายส่ง เช่น แมคโคร
6.1 / 6.2 / 6.3 / 6.4	โครงการตลาดกลางเพื่อการซื้อขายข้าวปลอดภัยและการพัฒนาข้อมูลทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายข้าวปลอดภัย	กระทรวงพาณิชย์	เป็นแหล่งข้อมูลการตลาดและราคากลางที่สามารถเชื่องโยงการซื้อขายภายใต้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย ระหว่างผู้ขาย (เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ โรงสี) กับ ผู้ซื้อ (โรงงานแปรรูป ผู้ค้า ผู้ส่งออก ตลอดจนผู้นำเข้าในต่างประเทศ)

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.9-24: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D) และโครงสร้างพื้นฐาน	1.1 วิจัยความต้องการข้าวของตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ 1.5 การพัฒนาและบริหารจัดการน้ำและระบบชลประทาน
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.4 เทคโนโลยีการบรรจุหีบห่อเพื่อรักษาคุณภาพและยืดอายุข้าว 4.5 การแปรรูปสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น (Value Creation)
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.5 พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด 6.6 มีตราสัญลักษณ์บรรจุภัณฑ์ข้าวเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด

แผนภาพที่ 3.9–11: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวปลอดภัย ของจังหวัดสุโขทัย

หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดสุโขทัย

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.9-25: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[15]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1	โครงการวิจัยตลาดข้าวปลอดภัย	ศึกษาวิจัยความต้องการทางการตลาดของข้าวปลอดภัย โดยเริ่มจากการศึกษาความต้องการของประชาชนภายในจังหวัดสุโขทัยก่อน แล้วจึงขยายไปยังพื้นที่นอกจังหวัดสุโขทัย และศึกษาความเป็นไปได้ในต่างประเทศ	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด / มหาวิทยาลัย
1.5	โครงการบริหารจัดการน้ำและชลประทาน	พัฒนาการบริหารจัดการน้ำและสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอสำหรับการรองรับปัญหาน้ำท่วม และภัยแล้ง	กรมชลประทาน
4.4 / 4.5 / 6.5 / 6.6	โครงการแปรรูปสินค้าเพื่อสร้างมูลค่าและสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด	การพัฒนาแปรรูปสินค้าเพื่อยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขัน โดยการปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งปัจจุบันสินค้าข้าวปลอดภัยยังมีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ได้เน้นความสวยงามมากนัก ดังนั้น โครงการจึงจะทำการวิจัยและพัฒนาแปรรูปสินค้า ควบคู่กับการพัฒนาเทคโนโลยีการบรรจุหีบห่อ และสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด และจัดจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมขน	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด / อุตสาหกรรมจังหวัด / ก.พาณิชย์ / สถาบันการศึกษา

[15] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการวิจัยตลาดข้าวปลอดภัย

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

จ.สุโขทัย มีพื้นที่ปลูกข้าว 1,064,933 ไร่ แต่เกษตรกรไม่ได้คำนึงถึงความต้องการของตลาด ทำให้มีปริมาณผลผลิตเกินความต้องการและอาจไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และผลผลิตบางส่วนยังไม่ได้เน้นคุณภาพมาตรฐานความปลอดภัย ในขณะที่ปัจจุบันตลาดและผู้บริโภคมีความต้องการอาหารที่ปลอดภัย และเน้นเรื่องสุขภาพมากขึ้น ดังนั้น การวิจัยทางการตลาดของสินค้าข้าวปลอดภัยจึงมีความจำเป็น เพื่อให้การผลิตอุปทานสอดคล้องกับความต้องการอุปสงค์ของตลาด

สรุปแนวคิดโครงการ

ศึกษา วิจัยความต้องการการบริโภคข้าวของประชาชน โดยอาจเริ่มจากตลาดภายในจังหวัดสุโขทัยก่อน และขยายโครงการสู่ระดับประเทศ และตลาดต่างประเทศ และสามารถนำข้อมูล / ผลการวิจัยมาวางแผนการผลิตและจัดทำยุทธศาสตร์ข้าว

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. จัดเก็บข้อมูลจากผู้ผลิต และผู้บริโภค
2. วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล และประมวลผล
3. นำผลการวิจัยไปใช้สู่การปฏิบัติ เช่น นำไปใช้ในกระบวนการส่งเสริมการผลิต การแปรรูป และการตลาดข้าวปลอดภัย
4. ประสานขอความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. จัดทำโครงการร่วมกับสถาบันการศึกษาในพื้นที่
2. จัดเก็บข้อมูลจากผู้ผลิต และผู้บริโภค
3. วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล และประมวลผลจัดทำข้อเสนอ
4. นำผลการวิจัยไปใช้สู่การปฏิบัติ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด

ผลลัพธ์: ความสามารถในการผลิตข้าวที่ตรงกับความต้องการของท้องตลาด รายได้เกษตรกรที่เพิ่มขึ้น

ผลผลิต: ผลงานวิจัยความต้องการของตลาดพร้อมข้อเสนอแนะ เช่น ข้าวปลอดภัยที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

ตัวชี้วัดของโครงการ: จำนวนรายงานการวิจัยความต้องการข้าวของตลาดที่จังหวัดนำมาใช้ประโยชน์

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. จัดเก็บข้อมูลผู้ผลิต ผู้บริโภค	ปี 2561	-	-	-สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด -สถาบันการศึกษาในพื้นที่ - หน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัด ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าว หน่วยงานด้านอุตสาหกรรมของจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด	-
2. นำข้อมูลมาวิเคราะห์ สังเคราะห์และประมวลผล	ปี 2561-2562	-	-		-
3. นำข้อมูลไปใช้ในกระบวนการส่งเสริมการผลิต การแปรรูป และการตลาด (marketing) ของข้าวปลอดภัย และมีการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ปี 2562-2563	-	-		-

ชื่อโครงการ: โครงการบริหารจัดการน้ำและชลประทาน
ที่มา / หลักการและเหตุผล: แม่น้ำยมเป็นแม่น้ำสายหลักของ จ.สุโขทัย ในฤดูน้ำหลากน้ำจะไหลจากทางด้าน จ.พะเยา แพร่ ไหลเข้าสู่จ.สุโขทัย ซึ่งใน จ.สุโขทัยลักษณะกายภาพของลำน้ำยม มีลักษณะคล้ายรูปกรวย คือ อ.ศรีสัชนาลัย รับน้ำได้ 2,200 ลบ.ม./วินาที อ.สวรรคโลก 1,100 ลบ.ม./วินาที อ.ศรีสำโรง 800 ลบ.ม./วินาที และ อ.เมือง รับน้ำได้ 550 ลบ.ม./วินาที ทำให้เกิดปัญหาอุทกภัยล้นตลิ่งเกือบทุกปี ขณะเดียวกันในฤดูแล้งลำน้ำยมจะแห้งไม่มีน้ำสำหรับการเพาะปลูกเนื่องจากไม่มีอาคารเก็บกักน้ำ โครงการนี้จึงมุ่งแก้ไขปัญหา ดังที่กล่าวมา
สรุปแนวคิดโครงการ การบริหารจัดการน้ำและชลประทานเพื่อ 1. ป้องกันน้ำท่วมเขตชุมชนเมือง 2. กักเก็บน้ำไว้ใช้ในฤดูแล้ง 3. จัดหาพื้นที่รองรับน้ำในฤดูน้ำหลาก 4. ปรับแผนการผลิตข้าวไม่ให้ตรงกับฤดูน้ำหลาก
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ - ปรับปรุงคลองหกบาท ต.ป่ากุมเกาะ อ.สวรรคโลก ให้รองรับได้มากขึ้นจากเดิม (250 ลบ.ม./วินาที เป็น 400 ลบ.ม./วินาที) - ก่อสร้างแก้มลิงเพิ่มเติม - กำหนดพื้นที่รับน้ำในฤดูน้ำหลาก - ปรับปฏิทินการเพาะปลูกพืชให้กับเกษตรกร
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตรวจสอบสภาพพื้นที่ และพัฒนาทางระบายน้ำ อาคารกักเก็บน้ำ และปรับปฏิทินการปลูกข้าว โดยกรมชลประทานและกรมส่งเสริมการเกษตร
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: กรมชลประทาน กรมส่งเสริมการเกษตร
ผลลัพธ์: ลดความเสียหายจากภัยธรรมชาติให้แก่เกษตรกร
ผลผลิต: คลองระบายน้ำรองรับในช่วงฤดูน้ำหลาก แก้มลิง
ตัวชี้วัดของโครงการ: มีจำนวนคลองและที่กักเก็บน้ำ ทำให้เกษตรกรสามารถทำการเพาะปลูกได้ ผลผลิตทางการเกษตรเพิ่มขึ้นจากเดิม

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. ปรับปรุงคลองหกบาท (ฝั่งซ้าย)	ปี 2562-2564	15,000 ล้านบาท	-	กรม ชลประทาน	-
2. ปรับปรุงคลองน้ำโจน (ฝั่งขวา)	อยู่ระหว่าง เตรียม รายละเอียด โครงการ	-	-	กรม ชลประทาน	-
3. ก่อสร้างแก้มลิง	1 ปี หรือ มากกว่า	-	-	กรม ชลประทาน	-
4. กำหนดพื้นที่รับน้ำในฤดูน้ำหลาก	ปี 2561	-	-	กรม ชลประทาน และกรม ส่งเสริม การเกษตร	-
5. ปรับปฏิทินการเพาะปลูกข้าวนาปีในเขต อ. กงไกรลาศ	ปี 2560	-	-	กรม ชลประทาน และกรม ส่งเสริม การเกษตร	-

ชื่อโครงการ: โครงการแปรรูปสินค้าเพื่อสร้างมูลค่าและสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

เนื่องจากข้าวเปลือกมีราคาตกต่ำทำให้เกษตรกรประสบปัญหาการขาดทุน ส่งผลให้เป็นปัญหาต่อการดำรงชีพของเกษตรกร การส่งเสริมให้เกษตรกรได้รู้จักและมีการแปรรูปข้าวในรูปแบบต่าง ๆ จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับข้าวปลอดภัย และสร้างรายได้ให้เกษตรกร

สรุปแนวคิดโครงการ

สินค้าเมื่อได้รับการแปรรูปและสร้างอัตลักษณ์แล้วจะทำให้สินค้านั้นมีมูลค่าเพิ่ม เช่น จากข้าวเปลือก กลายเป็นข้าวสาร กลายเป็นข้าวพร้อมหุง กลายเป็นน้ำนมข้าว กลายเป็นครีมบำรุง เป็นต้น ซึ่งความหลากหลายของสินค้าจะช่วยสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรเพิ่มขึ้นด้วย

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- จัดตั้งคณะกรรมการดำเนินการในระดับตำบล / อำเภอ / จังหวัด
- ประชาสัมพันธ์เชิญชวนเกษตรกรและผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการเพื่อฝึกอบรมให้ความรู้
- จ้างที่ปรึกษาสำหรับการแปรรูป ออกแบบ สร้างอัตลักษณ์ให้กับสินค้า
- สนับสนุนวัสดุ / อุปกรณ์ เช่น เครื่องแปรรูป เครื่องบรรจุหีบห่อ
- จัดแสดงสินค้า และจัดจำหน่าย Road show
- ประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ
- จัดหาช่องทางสนับสนุนด้านการเงิน เช่น กองทุนหมู่บ้าน กองพัฒนาสตรี
- ติดตามประเมินผล

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

คณะกรรมการส่งเสริมการแปรรูปข้าวปลอดภัยและสร้างอัตลักษณ์ระดับตำบล

คณะกรรมการส่งเสริมการแปรรูปข้าวปลอดภัยและสร้างอัตลักษณ์ระดับอำเภอ

คณะกรรมการส่งเสริมการแปรรูปข้าวปลอดภัยและสร้างอัตลักษณ์ระดับจังหวัด

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด กระทรวงพาณิชย์ มหาวิทยาลัย เกษตรกร หน่วยงานด้านอุตสาหกรรมจังหวัด เอกชน SMEs

ผลลัพธ์: เกษตรกรมีรายได้เพิ่มมากขึ้น

ผลผลิต: มีผลิตภัณฑ์ข้าวปลอดภัยแปรรูปต่าง ๆ เช่น ข้าวปลอดภัยพร้อมหุง ข้าวปลอดภัยผสมสมุนไพร น้ำนมข้าวปลอดภัย สบู่ ครีมบำรุง ที่ทำจากข้าวปลอดภัย

ตัวชี้วัดของโครงการ: มีการแปรรูปสินค้าจาก 9 กลุ่ม (กำหนดอำเภอละ 1 กลุ่ม จากทั้งหมด 9 อำเภอ)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. จัดตั้งคณะกรรมดำเนินการระดับต่าง ๆ	1 ต.ค. – 31 ต.ค. 60	100,000	-	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดร่วมกับหน่วยงานด้านอุตสาหกรรมของจังหวัด	-
2. ประชาสัมพันธ์เชิญชวนเกษตรกรและผู้ประกอบการ	1 ต.ค. – 31 ต.ค. 60	100,000	-		-
3. ออกแบบ แปรรูป สร้างอัตลักษณ์สินค้า	1 พ.ย. 60 – 31 ส.ค. 61	300,000	-		-
4. ฝึกอบรมให้ความรู้การแปรรูป การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด การบริหาร	1 ม.ค.– 31 ธ.ค. 61	1,000,000	-		-
5. สนับสนุนวัสดุอุปกรณ์	1 เม.ย.– 30 เม.ย. 61	100,000	เครื่องมือเครื่องจักร		-
6. จัดแสดงและจำหน่ายสินค้า	1 พ.ค.– 30 ก.ย. 61	2,000,000	-		-
7. ประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ	1 พ.ค.– 30 ก.ย. 61	200,000	-		-
8. ประเมินผล	1 ก.ย.– 30 ก.ย. 61	-	-		-

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เป็นมรดกโลกและเป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศจำนวนมาก คือ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ซึ่งเชื่อมต่อกับเมืองบริวารคืออุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย และอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร
- มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เป็นองค์ประกอบอื่นที่เสริมความมีเสน่ห์ของความเป็นเมืองประวัติศาสตร์เพิ่มขึ้นเช่น พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติรามคำแหง วัดพิพัฒน์มงคล วัดช้างล้อม หลวงพ่อปี้ ศูนย์ศึกษาและอนุรักษ์เตาสังคโลก (เตาทุเรียง) เป็นต้น

ตารางที่ 3.9-26: จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดเหนือตอนล่าง 1 ปี 2556 – 2558

จังหวัด	ข้อมูลการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1						
	จำนวนนักท่องเที่ยว	ปี 2556 (คน)	ปี 2557 (คน)	ปี 2558 (คน)	รายได้จากการท่องเที่ยว ปี 2558 (ล้านบาท)	ระยะเวลาการพำนักในพื้นที่เฉลี่ย (วัน)	ค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวเฉลี่ย/คน/วัน (บาท)
พิษณุโลก	**ทั้งหมด**	**2,714,770**	**2,811,609**	**2,968,364**	**7,098.01**	**2.08**	**1,438.63**
	ชาวไทย	2,521,346	2,620,089	2,770,759	6,402.71	2.1	1,390.97
	ชาวต่างชาติ	193,424	191,520	197,605	695.30	1.9	2,102.05
เพชรบูรณ์	**ทั้งหมด**	**1,792,327**	**1,845,821**	**1,915,786**	**5,792.37**	**2.49**	**1,287.29**
	ชาวไทย	1,770,205	1,823,978	1,893,150	5,715.20	2.48	1,283.90
	ชาวต่างชาติ	22,122	21,843	22,636	77.17	3.08	1,599.15
อุตรดิตถ์	**ทั้งหมด**	**756,933**	**784,214**	**852,441**	**1,551.73**	**1.83**	**1,159.92**
	ชาวไทย	750,090	777,332	844,971	1,540.39	1.83	1,160.37
	ชาวต่างชาติ	6,843	6,882	7,470	11.34	1.87	1,103.22
สุโขทัย	**ทั้งหมด**	**1,116,585**	**1,177,107**	**1,246,967**	**3,032.30**	**2.17**	**1,385.96**
	ชาวไทย	807,413	856,673	907,556	2,102.01	2.1	1,316.98
	ชาวต่างชาติ	309,172	320,434	339,411	930.29	2.43	1,572.00
ตาก	**ทั้งหมด**	**1,653,513**	**1,757,187**	**1,904,751**	**5,831.73**	**2.13**	**1,618.99**
	ชาวไทย	1,618,293	1,721,389	1,866,591	5,689.10	2.12	1,611.75
	ชาวต่างชาติ	35,220	35,798	38,160	142.63	2.67	1,972.21
กลุ่มจังหวัดฯ	**ทั้งหมด**	**8,034,128**	**8,375,938**	**8,888,309**	**23,306.14**	**2.14**	**1,378.16**
	ชาวไทย	7,467,347	7,799,461	8,283,027	21,449.41	2.13	1,352.79
	ชาวต่างชาติ	566,781	576,477	605,282	1,856.73	2.39	1,669.73

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ข้อมูล ณ วันที่ 4 เมษายน 2559)

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ(Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.9–12: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ของจังหวัดสุโขทัย

3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.9-27: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[16]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1 / 1.2 / 2.1 / 2.2	โครงการพัฒนาและบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	สถาบันการศึกษา กรมท่องเที่ยว	จัดเก็บข้อมูลเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยวในหมวดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/ วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล / นำผลการวิจัยที่ได้มาปฏิบัติทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
1.3 / 4.3	โครงการส่งเสริมให้ความรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	สถาบันการศึกษา/ กรมท่องเที่ยว/ สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	จัดหลักสูตรที่มีเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่นในสถานศึกษา และจัดทำคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยว ครอบคลุมทั้งเรื่องสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมวัฒนธรรม ที่พัก ร้านอาหาร
1.4	โครงการพัฒนาแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมขน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ กรมการท่องเที่ยว/ ชุมชน/ สนง. วัฒนธรรมจังหวัด	รวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม ที่พัก การเดินทาง จัดทำเป็นหนังสือแจกจ่าย หรือเผยแพร่ใน website

[16] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
3.1 / 3.2	โครงการวิจัยศึกษามาตรฐานและขีดความสามารถในการให้บริการนักท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ กรมการท่องเที่ยว	ศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและชาวต่างประเทศ สำรวจมาตรฐาน และจำนวนห้องพัก โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในช่วงปกติและในช่วง high season
3.3	โครงการความร่วมมือสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ราชการ/ เอกชน/ ชุมชน	เสริมสร้างความเข้มแข็งของคน ชุมชน และเครือข่าย พัฒนาบุคลากรบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และส่งเสริมให้ภาคเอกชน ชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนงานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด
3.4	โครงการพัฒนามาตรฐานความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว	ตำรวจท่องเที่ยว	พัฒนาทรัพยากรและระบบการบริหารจัดการความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว ปรับปรุงเกณฑ์มาตรฐานความปลอดภัย
3.5	โครงการพัฒนาปรับปรุงฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ กรมศิลปากร	ปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรอบอุทยานประวัติศาสตร์ ฟื้นฟูพื้นที่เศรษฐกิจที่ได้รับความเสียหายจากอุทกภัย
4.1 / 4.2	โครงการพัฒนามัคคุเทศก์และบุคลากรด้านการท่องเที่ยว	สนง.แรงงานจังหวัด	จัดอบรมและจัดสอบสำหรับหลักสูตรเพื่อพัฒนามัคคุเทศก์และบุคลากรที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว
5.2 / 5.3 / 5.4 /5.5	โครงการพัฒนาส่งเสริมคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด กรมการท่องเที่ยว/ ชุมชน	พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกตามแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามมาตรฐาน
6.1 / 6.2 / 6.4	โครงการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด กรมการท่องเที่ยว/ ชุมชน/ สนง. วัฒนธรรมจังหวัด	พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างการท่องเที่ยวยั่งยืน จัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามชุมชนต่าง ๆ

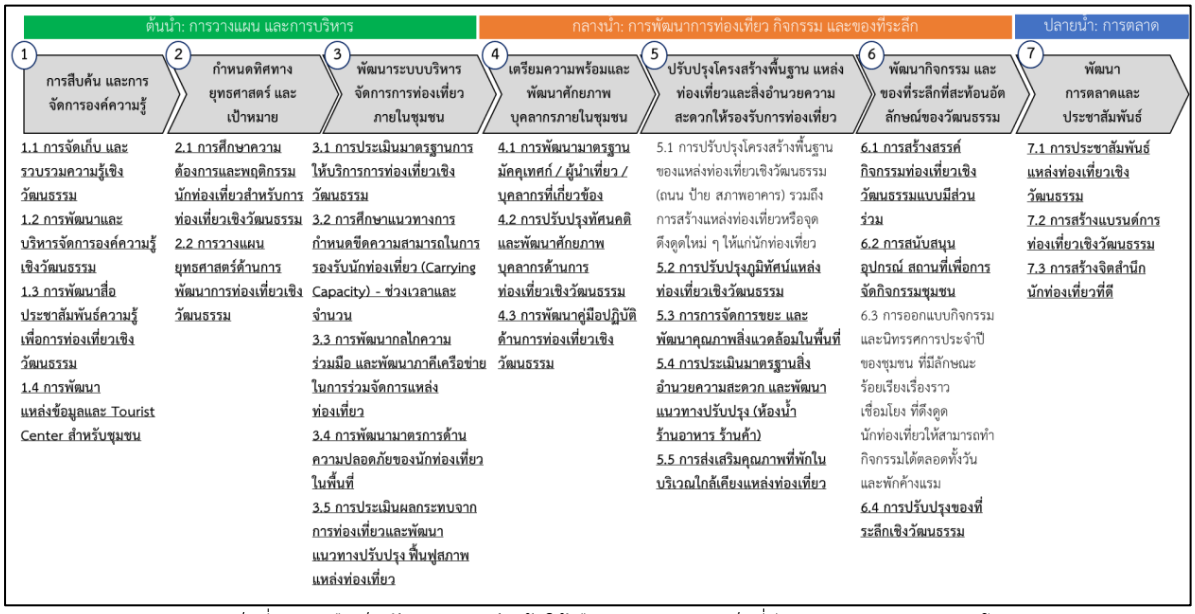
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
7.1 / 7.2 / 7.3	โครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	กรมการท่องเที่ยว	สร้างความตระหนักในคุณค่าของพื้นที่ประวัติศาสตร์สุโขทัยให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อสร้างจิตสำนึกในการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี และประชาสัมพันธ์ความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.9-28: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
5. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.1 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ถนน ป้าย สภาพอาคาร) รวมถึงการสร้างแหล่งท่องเที่ยวหรือจุดดึงดูดใหม่ ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว
6. พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม	6.3 การออกแบบกิจกรรม และนิทรรศการประจำปีของชุมชน ที่มีลักษณะร้อยเรียงเรื่องราว เชื่อมโยง ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สามารถทำกิจกรรมได้ตลอดทั้งวันและพักค้างแรม

แผนภาพที่ 3.9–13: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ของจังหวัดสุโขทัย



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดสุโขทัย

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.9-29: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[17]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
5.1	โครงการพัฒนาระบบขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์สุโขทัย	มีระบบขนส่งโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ ปลอดภัย และยั่งยืน สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดและหน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง
5.1	โครงการพัฒนาจุดท่องเที่ยว (Landmark) เพื่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์สุโขทัย	มีจุดท่องเที่ยวที่โดดเด่น (Landmark) ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของสุโขทัย	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดและหน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง
6.3	โครงการพัฒนากิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวค้างคืน (Long stay)	มีกิจกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้พักอยู่ในจังหวัดสุโขทัยนานขึ้น แทนการมาเที่ยวที่สุโขทัยแบบแค่วันเดียวแล้วผ่านไปเที่ยวและค้างที่จังหวัดข้างเคียง	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด และททท.

[17] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาระบบขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์สุโขทัย
ที่มา / หลักการและเหตุผล: จ. สุโขทัยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และมีชุมชนที่มีวิถีชีวิตเอกลักษณ์เฉพาะ แต่ระบบขนส่งการคมนาคมไม่สะดวก ไม่เอื้อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งอยู่ไกลกัน จังหวัดไม่มีระบบการขนส่งที่เป็นสาธารณะหรือมีสัมปทานที่มีประสิทธิภาพ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับความสะดวก เช่น สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ สนามบินอยู่ไกลแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องจัดยานพาหนะเอง ไม่สะดวก ค่าใช้จ่ายสูง ทำให้ประชาชนไม่มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมในพื้นที่ของตนเอง
สรุปแนวคิดโครงการ - มีระบบขนส่งโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ ปลอดภัย และยั่งยืน สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่ได้ - มีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ - นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ - ประชาชนในพื้นที่มีงานทำเพิ่มขึ้น สร้างรายได้ พึ่งพาตนเองได้ มีคุณภาพชีวิตดีขึ้น
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. สำรวจเส้นทางการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกัน ร้อยเรียงเน้นเรื่องราวตามประวัติศาสตร์สุโขทัย เชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ธรรมชาติ กิจกรรมต่าง ๆ 2. แต่งตั้งคณะทำงาน คณะกรรมการ โดยใช้เครือข่ายภาครัฐ เอกชนและประชาชน 3. ศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดทำระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่ เพื่อให้เกิดความยั่งยืน เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน 4. กระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง การประมูล และการยกเลิกสัมปทานที่มีอยู่ 5. การดำเนินงานในรูปแบบประชารัฐ 6. การประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1. ท่องเที่ยวจังหวัดเป็นหน่วยงานหลัก จัดทำโครงการ และประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 2. หน่วยงานสนับสนุน ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ภาคเอกชน สภาอุตสาหกรรม หอการค้า เครือข่าย สื่อมวลชน ท้องถิ่น ขนส่งจังหวัด ฯลฯ 3. การมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยว
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: ท่องเที่ยวจังหวัด
ผลลัพธ์: จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น รายได้ของประชาชนในพื้นที่เพิ่มขึ้น
ผลผลิต: ระบบขนส่งครบวงจร
ตัวชี้วัดของโครงการ: จำนวนผู้ให้บริการด้านการคมนาคมขนส่ง การก่อสร้างอาคารสถานที่สำหรับการคมนาคมขนส่ง

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. จัดทำโครงการ คำของบประมาณ กำหนดผู้รับผิดชอบ	1-6 เดือน	-	-	สนง. ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด เป็นหน่วยงานหลักในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	-
2. รับฟังความคิดเห็นจากประชาชนที่เกี่ยวข้อง และทุกภาคส่วน	1 เดือน	-	-		-
3. เจรจายกเลิกสัมปทานที่มีอยู่ (ศึกษากฎหมาย)	1 ปี	-	-		-
4. กำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกัน ลงรายละเอียด	1- 6 เดือน	-	-		-
5. แต่งตั้งคณะทำงาน คณะกรรมการ	1 เดือน	-	-		-
6. ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง ประมูล	1- 3 เดือน	-	-		-
7. ประเมินผลการดำเนินการ ความพึงพอใจ ประสิทธิภาพการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดความยั่งยืน	1-2 เดือน				

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาจุดท่องเที่ยว (Landmark) เพื่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์สุโขทัย

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

จ. สุโขทัย มีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งทั้งเชิงประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ แต่ยังขาดอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ไม่เชื่อมโยงกัน ไม่มีการร้อยเรียงที่จะก่อให้เกิดกิจกรรมที่ต่อเนื่อง ที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวซ้ำหรือบอกต่อ จึงควรมีการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่มีอยู่ให้โดดเด่นขึ้น

สรุปแนวคิดโครงการ

มี Landmark ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะสุโขทัย มีกิจกรรมต่าง ๆ ที่สามารถดึงดูดเฉพาะสุโขทัย มีกิจกรรมต่าง ๆ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวซ้ำได้ เช่น หลักศิลาจารึกที่ใหญ่ที่สุด ตลาดค่ำ food street ถนนคนเดิน เที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ยามค่ำคืนเป็นต้น

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. สำรวจแหล่งโบราณวัตถุ ประเพณี ผลิตภัณฑ์ ทรัพยากรธรรมชาติ สถานที่ กิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะและโดดเด่นที่จะนำมาพัฒนาเป็น Landmark
2. รับฟังความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนเพื่อกำหนดกิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะและโดดเด่นที่จะนำมาพัฒนาเป็น Landmark
3. จัดทำแผนการจัดสร้าง Landmark และกำหนดผู้รับผิดชอบให้ชัดเจนทั้ง ก่อน – ระหว่างดำเนินการ - หลัง
4. การดำเนินการจัดสร้าง และควบคุมดูแลให้เป็นไปตามแผน
5. การประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมต่าง ๆ

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด กรมการท่องเที่ยว ททท. ภาคเอกชน ประชาชน กำหนดหน่วยงานหลัก หน่วยงานสนับสนุนในการดำเนินงาน

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด กรมการท่องเที่ยว ททท.

ผลลัพธ์: จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น รายได้ของประชาชนในพื้นที่เพิ่มขึ้น

ผลผลิต: สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็น Landmark ของสุโขทัย

ตัวชี้วัดของโครงการ: สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็น landmark เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว มีกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น–สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. สำรวจแหล่งโบราณวัตถุ ประเพณี ผลิตภัณฑ์ ทรัพยากรธรรมชาติ สถานที่ กิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และโดดเด่นที่จะนำมาพัฒนา เป็น Landmark	1 – 3 เดือน	-	-	สนง.ท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัด/ กรมการ ท่องเที่ยว/ ททท./ ภาคเอกชน/ ประชาชน กำหนด หน่วยงานหลัก หน่วยงาน สนับสนุนในการ ดำเนินงาน	-
2. รับฟังความคิดเห็นจากทุก ภาคส่วน	1 เดือน	-	-		-
3. จัดทำแผนการจัดสร้าง Landmark และกำหนด ผู้รับผิดชอบให้ชัดเจนทั้ง ก่อน – ระหว่างดำเนินการ - หลัง	3 – 6 เดือน	-	-		-
4. การดำเนินการจัดสร้าง และ ควบคุมดูแลให้เป็นไปตามแผน	1ปี หรือ มากกว่า	-	-		-
5. การประชาสัมพันธ์ การจัด กิจกรรมต่าง ๆ	1– 2 เดือน	-	-		-

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนากิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวค้างคืน (Long stay)
ที่มา / หลักการและเหตุผล: นักท่องเที่ยวที่เดินทางมา จ.สุโขทัย ส่วนมากมักเป็นนักท่องเที่ยวแบบวันเดียวกลับ ไม่พักต่อเนื่อง และจังหวัดมีแค่สถานที่เชิงประวัติศาสตร์ ไม่มีเรื่องราวให้น่าสนใจค้นหาต่อ ไม่มีแหล่งบันเทิงหรือพักผ่อนยามค่ำคืน การเดินทางไม่ค่อยสะดวก สถานที่พักอยู่ไกลชุมชน นักท่องเที่ยวจึงนิยมไปพักค้างคืนที่จังหวัดข้างเคียง เช่น จ.พิษณุโลก จังหวัดจึงต้องดำเนินโครงการนี้ขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้อยู่ที่สุโขทัยนานขึ้น เพื่อเพิ่มมูลค่าด้านการท่องเที่ยว เพิ่มรายได้และ GPP ให้กับจังหวัด
สรุปแนวคิดโครงการ 1. มีกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์แบบท้องถิ่นของสุโขทัย ทั้งการจัดแสดงแสงสีที่สื่อถึงวิถีชีวิตชาวสุโขทัย เช่น ตลาดเช้า-เย็น-ค่ำ การจัดแสดงศิลปวัฒนธรรมแสงสีเสียงตามแหล่งประวัติศาสตร์ กิจกรรมคาราวาน one-day trip 2. มีสิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก ระบบขนส่ง ความปลอดภัย อาหาร (food street) ถนนคนเดิน 3. การสร้างกิจกรรมเรื่องราวให้เชื่อมโยงต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มเวลาในการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลินพึงพอใจ จนสามารถพักค้างคืนได้
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. จัดหาสถานที่แหล่งท่องเที่ยวที่จะจัดกิจกรรมต่าง ๆ 2. ค้นหาเอกลักษณ์ของสุโขทัยเพื่อนำมาสร้างความโดดเด่นให้กับจังหวัด 3. จัดทำกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความต่อเนื่องด้านการท่องเที่ยว 4. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติรับทราบ และเดินทางมาท่องเที่ยวยังสุโขทัย
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สนง.วัฒนธรรมจังหวัด ท้องถิ่น (อบต. อบจ. เทศบาล) หน่วยงานสนับสนุน เช่น สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด สนง.เกษตรจังหวัด สนง.ขนส่งจังหวัด สนง.พาณิชย์จังหวัด สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด วัฒนธรรมจังหวัด ท้องถิ่น
ผลลัพธ์: รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น สร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น GPP เติบโต
ผลผลิต: กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวใหม่ ๆ
ตัวชี้วัดของโครงการ: การจัดกิจกรรม โบรชัวร์แสดงรายละเอียดกิจกรรม หรือสื่ออื่น ๆ ที่ให้รายละเอียดเรื่องกิจกรรม

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. จัดหาสถานที่แหล่งท่องเที่ยวที่จะจัดกิจกรรมต่าง ๆ	1 – 3 เดือน	-	-	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ สนง.วัฒนธรรมจังหวัด/ ท้องถิ่น (อบต. อบจ. เทศบาล)	-
2. ค้นหาเอกลักษณ์ของสุโขทัยเพื่อนำมาสร้างความโดดเด่นให้กับจังหวัด	1 เดือน	-	-		-
3. จัดทำกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความต่อเนื่องด้านการท่องเที่ยว	3 – 6 เดือน	-	-		-
4. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติรับทราบ และเดินทางมาท่องเที่ยวยังสุโขทัย	1 เดือน หรือมากกว่า	-	-		-

3.3.8 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดเพชรบูรณ์

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดเพชรบูรณ์

จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

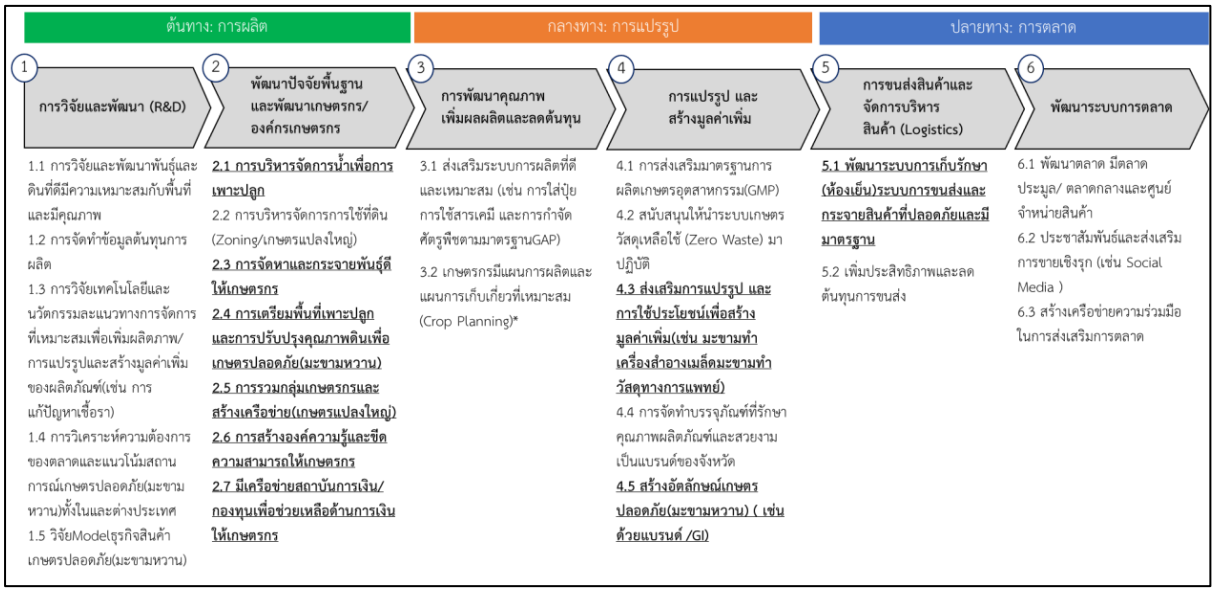
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
(มะขามหวาน)	- เพชรบูรณ์ได้ชื่อว่าเป็น “เมืองมะขามหวาน” เนื่องจากมะขามหวานเป็นพืชเศรษฐกิจของจังหวัดนี้มาแต่ดั้งเดิม ปลูกมากที่สุดในอำเภอหล่มสักและอำเภอเมือง พันธุ์ที่นิยมปลูกกันมาก ได้แก่ พันธุ์ประกายทอง หรือ ตาแป๊ะ พันธุ์สีทอง (พันธุ์นายหยัด) พันธุ์ศรีชมพู พันธุ์ขันตี พันธุ์หมื่นจง พันธุ์อินทผาลัม เป็นต้น - จังหวัดเพชรบูรณ์จัดงานเทศกาลมะขามหวานขึ้นเป็นประจำทุกปีในช่วงเดือนมกราคม
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	- เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ เหมาะทั้งการท่องเที่ยว และการจัดอบรมสัมมนาและพักผ่อนในช่วงวันหยุด เช่น อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว ภูทับเบิก อุทยานแห่งชาติ ภูหินร่องกล้า เป็นต้น - มีสถานที่สำคัญได้แก่พระตำหนักเขาค้อ พระบรมธาตุเจดีย์กาญจนาภิเษก พระธาตุผาซ่อนแก้ว - มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกรองรับการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: มะขามหวาน</u>

ภายใต้ประเด็นมะขามหวาน ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มะขามหวานของจังหวัดเพชรบูรณ์



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็น**ตัวหนา และขีดเส้นใต้** คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.3 การวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมละแนวทางการจัดการที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มผลิตภาพ/การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์(เช่น การแก้ปัญหาเชื้อรา)
2.พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร/องค์กรเกษตรกร	2.2 การบริหารจัดการการใช้ที่ดิน (Zoning/เกษตรแปลงใหญ่)
3.การพัฒนาคุณภาพ เพิ่มผลผลิตและลดต้นทุน	3.1 ส่งเสริมระบบการผลิตที่ดีและเหมาะสม (เช่น การใส่ปุ๋ย การใช้สารเคมี และการกำจัดศัตรูพืชตามมาตรฐานGAP)
4.การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การส่งเสริมมาตรฐานการผลิตเกษตรอุตสาหกรรม (GMP) 4.2 สนับสนุนให้นำระบบเกษตรวัสดุเหลือใช้ (Zero Waste) มาปฏิบัติ 4.4 การจัดทำบรรจุภัณฑ์ที่รักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์และสวยงามเป็นแบรนด์ของจังหวัด
5. การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics)	5.1 พัฒนาระบบการเก็บรักษา(ห้องเย็น)ระบบการขนส่งและกระจายสินค้าที่ปลอดภัยและมีมาตรฐาน
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.2 ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายเชิงรุก (เช่น Social Media)

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[18]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.3	1. โครงการมะขามหวานแบบประณีตต้นแบบ	การจัดทำแปลงวิจัยต้นแบบการบริหารจัดการมะขามหวาน	ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรเพชรบูรณ์
2.2 / 3.1 / 4.1 / 4.2 / 4.4 / 5.1 และ 6.2	2. พัฒนาเครือข่ายมะขามหวานแบบครบวงจร	1. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร 2. พัฒนาคุณภาพเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุน 3. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม และได้มาตรฐาน GMP 4. การส่งเสริมการนำวัสดุเหลือใช้จากการแปรรูปมะขามมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและรักษาสิ่งแวดล้อม 5. การบริหารระบบการจัดเก็บรักษาการขนส่งสินค้าและการกระจายสินค้าที่มีมาตรฐาน 6. พัฒนาระบบการตลาดและส่งเสริมการขับเคลื่อนการตลาด	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัดเพชรบูรณ์

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ</u>

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย 2) พัฒนาระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว 3) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร 4) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 5) พัฒนากิจกรรมสินค้าบริการ และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และ 6) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

[18]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของจังหวัดเพชรบูรณ์

หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขต และเป้าหมาย	1.3 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่
2. พัฒนาระบบบริหารจัดการ การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	2.4 การพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ 2.5 การดำเนินการป้องกันและจัดการด้านการท่องเที่ยวจากภัยพิบัติธรรมชาติ (มีศูนย์กระจายข่าวที่รวดเร็ว (กรณีเกิดภัยพิบัติ))
3. เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	3.1 การพัฒนามัคคุเทศก์/ ผู้นำเที่ยว /อาสาสมัครนำเที่ยว บุคลากรที่เกี่ยวข้องให้ได้มาตรฐาน 3.2 การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายชุมชนและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศรวมทั้งให้ความรู้แก่ประชาชนที่เกี่ยวข้อง
4. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	4.2 การปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4.3 การพัฒนาสัญลักษณ์ (Landmark) ในพื้นที่
5. พัฒนากิจกรรมสินค้าบริการ และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	5.2 การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว(ที่พักในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร ร้านค้า)
6. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	6.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับนักท่องเที่ยว (Application, QR Code, คู่มือ)

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	**แนวทางการพัฒนา[19]**		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.3 / 2.4 / 2.5 / 3.1 / 3.2 / 5.2 และ 6.3	1. โครงการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจังหวัดเพชรบูรณ์	เพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ • แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว + โครงสร้างพื้นฐาน • บุคลากรด้านการท่องเที่ยว หน่วยงาน / สนับสนุน • กระบวนการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว • การตลาดและประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงรุก	สนง.จังหวัดเพชรบูรณ์
4.2 และ 4.3	2. โครงการปรับปรุงก่อสร้างภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวและเพิ่ม Landmark เพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์	• สำรวจ ออกแบบและดำเนินการปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวและเพิ่ม Landmark เพื่อการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว หนองนารี • สำรวจ ออกแบบและดำเนินการปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวและเพิ่ม Landmark เพื่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวพุทธอุทยานเพชรบุรี • สำรวจ ออกแบบและดำเนินการปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวและเพิ่ม Landmark เพื่อการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่ยังไม่พร้อมรับนักท่องเที่ยวหรือเสียหาย (ประตูเมือง , ร้านค้า , อุปกรณ์ต่าง ๆ)	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัด

[19]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดเพชรบูรณ์

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด ซึ่งในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ตามรายละเอียดต่อไปนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: มะขามหวาน

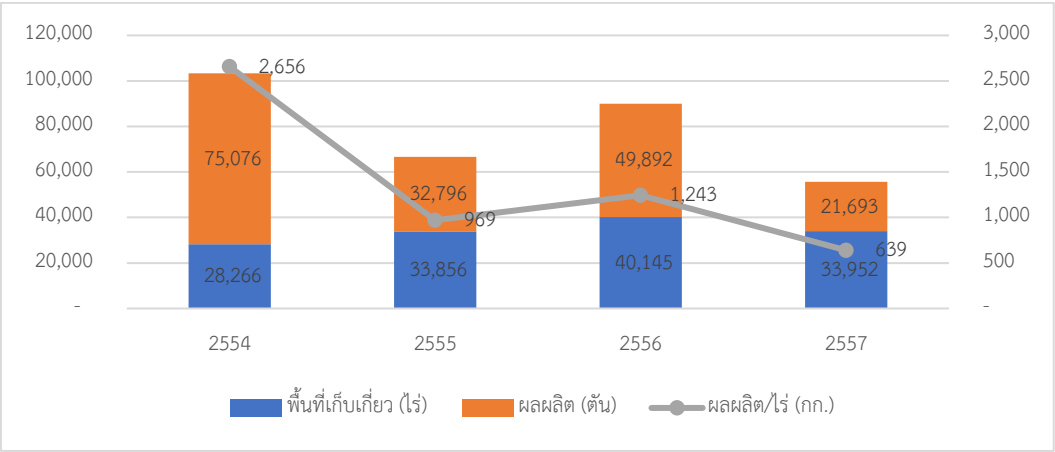
1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- เพชรบูรณ์ได้ชื่อว่าเป็น “เมืองมะขามหวาน” เนื่องจากมะขามหวานเป็นพืชเศรษฐกิจของจังหวัดนี้มาแต่ดั้งเดิม ปลูกมากที่สุดในอำเภอหล่มสักและอำเภอเมือง พันธุ์ที่นิยมปลูกกันมาก ได้แก่ พันธุ์ประกายทอง หรือ ตาแป๊ะ พันธุ์สีทอง (พันธุ์นายหยัด) พันธุ์ศรีชมพู พันธุ์ขันตี พันธุ์หมื่นจง พันธุ์อินทผาลัม เป็นต้น
- จังหวัดเพชรบูรณ์จัดงานเทศกาลมะขามหวานขึ้นเป็นประจำทุกปีในช่วงเดือนมกราคม

ตารางที่ 3.9-30: พื้นที่เพาะปลูกพืชเศรษฐกิจจังหวัดเพชรบูรณ์ ปี 2556 – 2558 (ไร่)

พืชเศรษฐกิจ	2556	2557	2558
ข้าวนาปี	1,162,783	1,155,690	1,069,094
ข้าวนาปรัง	114,323	114,521	40,827
ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์	991,883	954,821	945,882
มันสำปะหลังโรงงาน	194,588	189,609	194,079
ยางพารา	117,866	121,603	121,961
อ้อยโรงงาน	317,163	327,014	391,716
มะขามหวาน	49,945	-	-

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

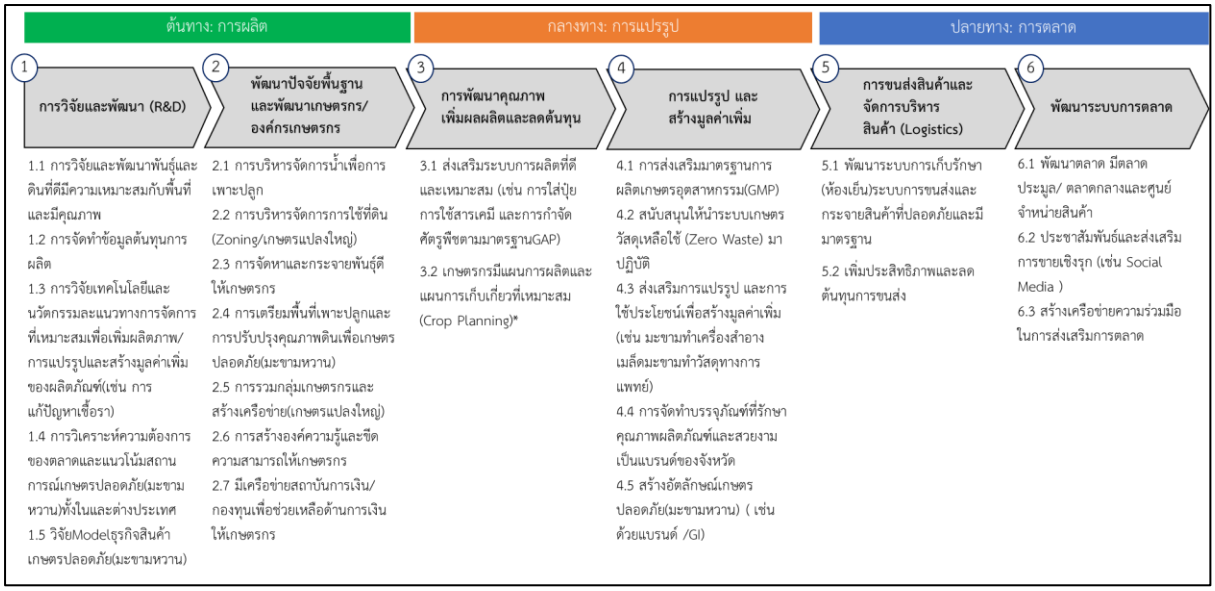


2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรระจะต้องดำเนินการ(Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.9–14: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มะขามหวาน ของจังหวัดเพชรบูรณ์



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.9-31: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[20]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.3 / 2.4 / 2.5 / 2.6 / 2.7 และ 5.1	1. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตมะขามหวานแบบครบวงจรในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตามแผนปฏิบัติราชการกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง	สนง.เกษตรจังหวัดเพชรบูรณ์	ฝึกอบรม / ถ่ายทอดความรู้
2.3 / 2.4 / 2.6 และ 4.5	2. โครงการฟื้นฟูและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตมะขามหวานให้ได้ตราสัญลักษณ์ GI ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกมะขามหวานและเกษตรกรทั่วไป (กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง)	สนง.เกษตรจังหวัดเพชรบูรณ์	ฝึกอบรม / ถ่ายทอดความรู้

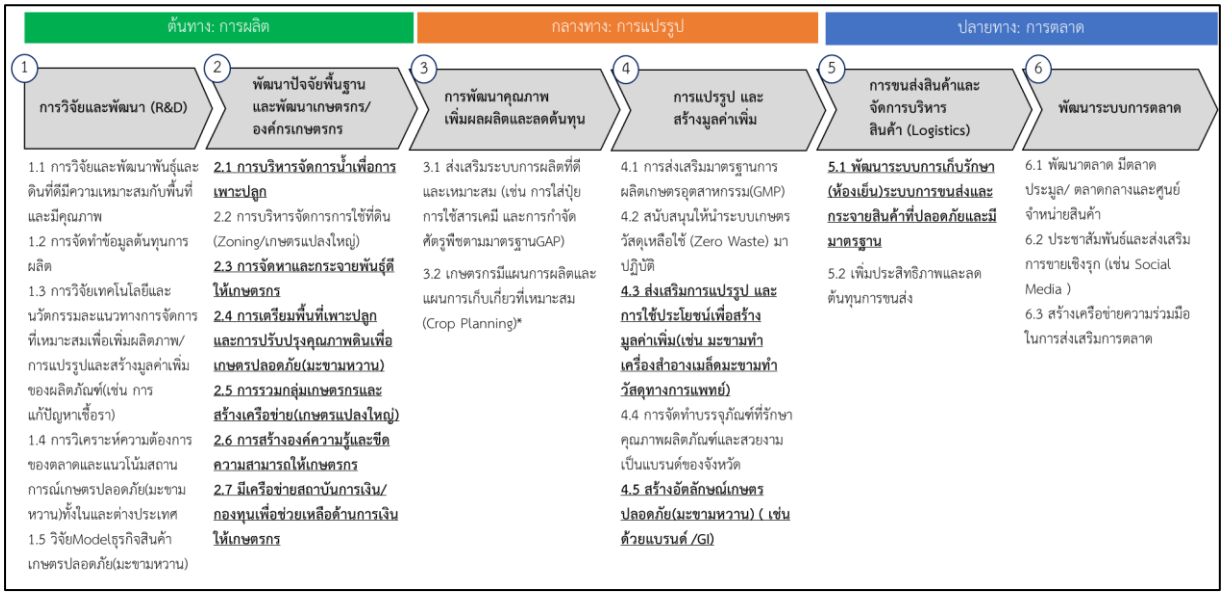
จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

[20] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ตารางที่ 3.9-32: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.3 การวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมละแนวทางการจัดการที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มผลิตภาพ/การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ (เช่น การแก้ปัญหาเชื้อรา)
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร/องค์กรเกษตรกร	2.2 การบริหารจัดการการใช้ที่ดิน (Zoning/เกษตรแปลงใหญ่)
3. การพัฒนาคุณภาพ เพิ่มผลผลิตและลดต้นทุน	3.1 ส่งเสริมระบบการผลิตที่ดีและเหมาะสม (เช่น การใส่ปุ๋ย การใช้สารเคมีและการกำจัดศัตรูพืชตามมาตรฐาน GAP)
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การส่งเสริมมาตรฐานการผลิตเกษตรอุตสาหกรรม (GMP) 4.2 สนับสนุนให้นำระบบเกษตรวัสดุเหลือใช้ (Zero Waste) มาปฏิบัติ 4.4 การจัดทำบรรจุภัณฑ์ที่รักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์และสวยงามเป็นแบรนด์ของจังหวัด
5. การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics)	5.1 พัฒนาระบบการเก็บรักษา (ห้องเย็น) ระบบการขนส่งและกระจายสินค้าที่ปลอดภัยและมีมาตรฐาน
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.2 ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายเชิงรุก (เช่น Social Media)

แผนภาพที่ 3.9–15: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มะขามหวาน ของจังหวัดเพชรบูรณ์



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดเพชรบูรณ์

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.9-33: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[21]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.3	1. โครงการมะขามหวานแบบประณีตต้นแบบ	การจัดทำแปลงวิจัยต้นแบบการบริหารจัดการมะขามหวาน	ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรเพชรบูรณ์
2.2 / 3.1 / 4.1 /4.2 / 4.4 / 5.1 และ 6.2	2. พัฒนาเครือข่ายมะขามหวานแบบครบวงจร	1. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร 2. พัฒนาคุณภาพเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุน 3. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม- มาตรฐาน GMP 4. การส่งเสริมการนำวัสดุเหลือใช้จากการแปรรูปมะขามมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและรักษาสิ่งแวดล้อม 5. การบริหารระบบการจัดเก็บรักษา การขนส่งสินค้าและการกระจายสินค้าที่มีมาตรฐาน 6. พัฒนาระบบการตลาดและส่งเสริมการขับเคลื่อนการตลาด	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัดเพชรบูรณ์

[21] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการมะขามหวานแบบประณีตต้นแบบ
ที่มา / หลักการและเหตุผล: มะขามหวานเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ และเป็นพืชอัตลักษณ์ของจังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งมีความต้องการทางการตลาดสูง แต่งานวิจัยทางด้านการใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม การจัดการที่เหมาะสม ในการเพิ่มผลิตภาพ ตลอดจนการแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ยังมีน้อย ประกอบกับพื้นที่ปลูกมะขามหวานในจังหวัดลดลง โดยมีสาเหตุมาจากการการขาดแคลนแรงงานในการจัดเก็บมะขามหวาน ทำให้เกษตรกรต้องขายผลผลิตแบบเหมาสวน ทำให้รายได้ที่ควรจะได้น้อยกว่าที่ควรจะเป็นแต่รายได้ไปตกกับพ่อค้ารับซื้อที่มาเหมาสวน ทำให้เกษตรกรมีรายได้ไม่เพียงพอในครอบครัว จนต้องมองหาสินค้าเกษตรชนิดอื่นที่ให้ผลตอบแทนที่ดีกว่าและบริหารจัดการได้ง่ายกว่า ดังนั้น เพื่อให้มะขามหวานยังคงเป็นพืชที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเพชรบูรณ์ จึงควรมีงานวิจัยที่ส่งเสริมให้การบริหารจัดการมะขามหวานมีความยั่งยืน
สรุปแนวคิดโครงการ 1. ศึกษาวิจัย/นวัตกรรมและถ่ายทอดเทคโนโลยี 2. จัดทำแปลงวิจัยต้นแบบการบริหารจัดการเกษตรปลอดภัย (มะขามหวาน)
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. ศึกษาวิจัย/นวัตกรรมและถ่ายทอดเทคโนโลยี การบริหารจัดการมะขามหวานเพื่อลดต้นทุน 2. ศึกษาวิจัย/นวัตกรรมและถ่ายทอดเทคโนโลยี การบริหารจัดการมะขามหวานเพื่อเพิ่มผลผลิต 3. ศึกษาวิจัย/นวัตกรรมและถ่ายทอดเทคโนโลยี การบริหารจัดการมะขามหวานเพื่อลดการใช้แรงงานในการเก็บเกี่ยว
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1. การศึกษาวิจัยโดยศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรเพชรบูรณ์และศูนย์วิจัยเกษตรที่สูงเพชรบูรณ์ ร่วมกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ หรือสถาบันการศึกษาที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านมะขามหวาน 2. การติดตามประเมินผลการใช้ประโยชน์งานวิจัย โดย สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัดเพชรบูรณ์
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรเพชรบูรณ์
ผลลัพธ์: เกษตรกรผู้ปลูกมะขามหวานในจังหวัดเพชรบูรณ์ได้นำงานวิจัยและเทคโนโลยีจากการวิจัยไปใช้เพิ่มผลผลิต
ผลผลิต: 1) รายงานผลการวิจัยในการเพิ่มผลิตภาพมะขามหวาน 2) แปลงมะขามหวานแบบประณีตต้นแบบเพื่อการศึกษา 3) การถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้จากการวิจัย
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1) จำนวนผลงานวิจัย (เป้าหมาย อย่างน้อย 1 งานวิจัย) 2) จำนวนแปลงมะขามหวานต้นแบบเพื่อการศึกษาและถ่ายทอดความรู้ (เป้าหมาย อย่างน้อย 1 แปลง) 3) จำนวนเกษตรกรผู้ปลูกมะขามหวาน ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้จากการวิจัย (เป้าหมาย.....ราย) 4) ร้อยละของเกษตรกรผู้ปลูกมะขามหวานได้นำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนามะขามหวานและเพิ่มผลผลิต (เป้าหมาย ร้อยละ 20)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. คัดเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการศึกษาวิจัยนวัตกรรมมะขามหวาน	ต.ค. 2560			ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรเพชรบูรณ์ และศูนย์วิจัยเกษตรที่สูงเพชรบูรณ์ร่วมกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ หรือสถาบันการศึกษาที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านมะขามหวาน	
2. จัดทำเค้าโครงงานวิจัย	พ.ย. - ธ.ค. 2560				
3. ดำเนินการงานวิจัย	ม.ค. 2561 – มี.ค. 2564				
4. สรุปผลการวิจัยและจัดทำแปลงมะขามหวานแบบประณีตต้นแบบเพื่อการศึกษา	เม.ย. – พ.ค. 2564				
5. เผยแพร่และถ่ายทอดงานวิจัย	มิ.ย. - ก.ค. 2564				
6. ติดตามและประเมินผลการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์	ก.ค. – ก.ย. 2564			สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัดเพชรบูรณ์	

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาเครือข่ายมะขามหวานแบบครบวงจร

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

มะขามหวานเป็นพืชเศรษฐกิจและพืชเอกลักษณ์ของจังหวัดเพชรบูรณ์ที่ให้ผลตอบแทนค่อนข้างสูง แต่เนื่องจากกระแสนิยมในการปลูกพืชอื่น เช่น ยางพารา เข้ามามีผลกระทบในพื้นที่ปลูกมะขามหวาน ประกอบกับเกิดปัญหาหลายด้าน เช่น เชื้อราในฝักมะขามหวาน ต้นทุนการผลิตที่เพิ่มมากขึ้น ปัญหาการขาดแคลนแรงงานและการเก็บรักษาให้ผลผลิตมีคุณภาพ เป็นต้น ทำให้ประสบปัญหาผลผลิตที่ลดน้อยลง ไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น จึงต้องมีการส่งเสริมสนับสนุนให้เกษตรกรมีความรู้และหันมาสนใจปลูกมะขามหวานกันมากขึ้น โดยมุ่งเน้น ส่งเสริมสนับสนุนบุคลากร กลุ่มองค์กรต่างๆ ในการพัฒนาการผลิตมะขามหวานแบบครบวงจร ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อให้มะขามหวานเป็นพืชอัตลักษณ์ของจังหวัดเพชรบูรณ์อย่างยั่งยืนตลอดไป

สรุปแนวคิดโครงการ

1. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร
2. พัฒนาคุณภาพเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุน
3. แปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม และได้มาตรฐาน GMP
4. ส่งเสริมการนำวัสดุเหลือใช้จากการแปรรูปมะขามมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและรักษาสิ่งแวดล้อม
5. บริหารระบบการจัดเก็บรักษา การขนส่งสินค้าและการกระจายสินค้าที่มีมาตรฐาน
6. พัฒนาระบบการตลาดและส่งเสริมการขับเคลื่อนการตลาด

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. การบริหารจัดการการใช้ที่ดิน
   - จัดตั้งกลุ่มผู้ปลูกมะขามหวานแปลงใหญ่
2. ส่งเสริมระบบการผลิตที่ดีและเหมาะสม (GAP)
   - อบรมถ่ายทอดความรู้ ด้านการใช้ปุ๋ย การใช้สารเคมี การกำจัดศัตรูพืช/วัชพืช ตามมาตรฐาน GAP

3 ส่งเสริมมาตรฐานการผลิตเกษตรอุตสาหกรรม (GMP)
   - ส่งเสริมการถ่ายทอดความรู้เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการขอ GMP
   - ตรวจสอบสถานที่ผลิตให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ GMP

4. จ้างเหมาบริการผู้เชี่ยวชาญนำวัสดุเหลือใช้จากการแปรรูปมะขามมาสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่
5. พัฒนาระบบการเก็บรักษา (ห้องเย็น) ระบบขนส่งและกระจายสินค้า
   - สนับสนุนงบประมาณจัดสร้างห้องเย็นเพื่อเก็บรักษาผลผลิต
   - อบรมด้านการใช้ปฏิบัติดูแลรักษา
   - อบรมให้ความรู้วิธีการบริหารระบบการจัดเก็บรักษาสินค้าและการกระจายสินค้าที่มีมาตรฐาน
6. การจัดทำบรรจุภัณฑ์ที่รักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์และสวยงามเป็นแบรนด์ของจังหวัด
   - พัฒนาความรู้ด้านการจัดทำบรรจุภัณฑ์กับเครือข่ายเป้าหมาย
   - จัดทำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ โดยใช้แบรนด์ของจังหวัด ตามที่คณะกรรมการพิจารณาให้ดำเนินการ
7. พัฒนาการตลาด
   - จัดตั้งศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มะขามหวาน
   - อบรมให้ความรู้ด้านกลยุทธ์การขับเคลื่อนการตลาด
   - จัดงานแสดงสินค้ามะขามหวานจังหวัดเพชรบูรณ์

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- สนง.เกษตรจังหวัดเพชรบูรณ์
- สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดเพชรบูรณ์
- สนง.พาณิชย์จังหวัดเพชรบูรณ์
- สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบูรณ์
- สนง.โยธาฯจังหวัดเพชรบูรณ์

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัดเพชรบูรณ์

ผลลัพธ์:

1) เครือข่ายมะขามหวานสามารถนำความรู้ที่ได้รับการพัฒนาด้านการผลิตมะขามที่ดีและเหมาะสม (GAP) ไปเพิ่มผลผลิตมะขามหวาน
2) ผู้ประกอบการสามารถนำความรู้ที่ได้รับการพัฒนาการแปรรูปผลผลิตมะขามหวานเพื่อเพิ่มมูลค่ามาตรฐาน GMP และบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมไปเพิ่มผลผลิตและขยายช่องทางการตลาด
3) เครือข่ายมะขามหวานและผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายมะขามหวาน GAP และผลิตภัณฑ์จากมะขามหวาน

ผลผลิต:

1) เครือข่ายมะขามหวานและผู้ประกอบการได้รับการพัฒนาความรู้ตามแผนการพัฒนาความรู้ด้านการพัฒนาคุณภาพผลผลิตการแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม การบริหารสินค้าและระบบการตลาด และสนับสนุนปัจจัยพื้นฐาน

2) องค์ความรู้ที่จัดทำสำหรับการพัฒนาเครือข่ายมะขามหวานประกอบด้วย

2.1) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร

2.2) พัฒนาคุณภาพเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุน

2.3) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม

2.4) การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า

2.5) พัฒนาระบบการตลาด

3) เนื้อที่เพาะปลูกและผลผลิตมะขามหวาน GAP เพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดของโครงการ:

1) จำนวนเครือข่ายมะขามหวานและผู้ประกอบการที่ได้รับความรู้ด้านการพัฒนาคุณภาพผลผลิต การแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม การบริหารสินค้าและระบบการตลาด และสนับสนุนปัจจัยพื้นฐาน

(เป้าหมายเครือข่ายมะขามหวานจำนวน 50 กลุ่ม และผู้ประกอบการจำนวน 20 ราย)

2) จำนวนองค์ความรู้ที่เครือข่ายมะขามหวานได้รับการพัฒนา (เป้าหมายจำนวน 6 ด้าน)

3) จำนวนเนื้อที่เพาะปลูก (ไร่) และจำนวนผลผลิตมะขามหวาน GAP (กิโลกรัมหรือตัน) และผลผลิตมะขามหวาน (กิโลกรัมต่อไร่)

4) ร้อยละของจำนวนรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายมะขามหวาน GAP และผลิตภัณฑ์จากมะขามหวาน (ร้อยละ.....)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. รวบรวมข้อมูลเครือข่ายมะขามหวาน 2. คัดเลือกสถานที่ดำเนินการ 3. เสนอขออนุมัติโครงการต่อจังหวัด/กลุ่มจังหวัด 4. ประชาสัมพันธ์เครือข่ายมะขามหวานเพื่อเข้าร่วมโครงการ *(ข้อแนะนำ : 1) ขั้นตอนที่ 1-3 เป็นขั้นตอนที่ต้องจัดเตรียมก่อนจัดทำข้อเสนอโครงการ* *2) เนื่องจากโครงการนี้ประกอบด้วยปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จหลายปัจจัยจึงเป็น Big project ที่มีกิจกรรมหลักหลายกิจกรรมดังนั้นควรเขียนขั้นตอนภายใต้กิจกรรมหลักทั้งหมด7 กิจกรรมหลักตามที่ได้ระบุไว้เนื่องจากแต่กิจกรรมจะมีขั้นตอนที่แตกต่างกัน)*	ตุลาคม 2560 - กันยายน 2561 (อาจจะเป็นโครงการ 4 ปี)	5,000,000	- บุคลากรทางวิชาการของหน่วยงานสนับสนุน - หน่วยงานมหาวิทยาลัยของทางราชการในจังหวัด	- สนง.เกษตรจังหวัดเพชรบูรณ์ - สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดเพชรบูรณ์ - สนง.พาณิชย์จังหวัดเพชรบูรณ์ - สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัดเพชรบูรณ์ - สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบูรณ์ - สนง.โยธาฯจังหวัดเพชรบูรณ์ (ข้อแนะนำ : 1) ควรระบุผู้รับผิดชอบให้สอดคล้องกับกิจกรรมหลัก)	

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ เหมาะทั้งการท่องเที่ยว และการจัดอบรมสัมมนาและพักผ่อนในช่วงวันหยุด เช่น อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว ภูทับเบิก อุทยานแห่งชาติ ภูหินร่องกล้า เป็นต้น
- มีสถานที่สำคัญได้แก่พระตำหนักเขาค้อ พระบรมธาตุเจดีย์กาญจนาภิเษก พระธาตุผาซ่อนแก้ว
- มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกรองรับการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 3.9-34: ข้อมูลการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ปี 2556 – 2558

จังหวัด	ข้อมูลการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1						
	จำนวนนักท่องเที่ยว	ปี 2556 (คน)	ปี 2557 (คน)	ปี 2558 (คน)	รายได้จากการท่องเที่ยว ปี 2558 (ล้านบาท)	ระยะเวลาการพำนักในพื้นที่เฉลี่ย (วัน)	ค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวเฉลี่ย/คน/วัน (บาท)
พิษณุโลก	**ทั้งหมด**	**2,714,770**	**2,811,609**	**2,968,364**	**7,098.01**	**2.08**	**1,438.63**
	ชาวไทย	2,521,346	2,620,089	2,770,759	6,402.71	2.1	1,390.97
	ชาวต่างชาติ	193,424	191,520	197,605	695.30	1.9	2,102.05
เพชรบูรณ์	**ทั้งหมด**	**1,792,327**	**1,845,821**	**1,915,786**	**5,792.37**	**2.49**	**1,287.29**
	ชาวไทย	1,770,205	1,823,978	1,893,150	5,715.20	2.48	1,283.90
	ชาวต่างชาติ	22,122	21,843	22,636	77.17	3.08	1,599.15
อุตรดิตถ์	**ทั้งหมด**	**756,933**	**784,214**	**852,441**	**1,551.73**	**1.83**	**1,159.92**
	ชาวไทย	750,090	777,332	844,971	1,540.39	1.83	1,160.37
	ชาวต่างชาติ	6,843	6,882	7,470	11.34	1.87	1,103.22
สุโขทัย	**ทั้งหมด**	**1,116,585**	**1,177,107**	**1,246,967**	**3,032.30**	**2.17**	**1,385.96**
	ชาวไทย	807,413	856,673	907,556	2,102.01	2.1	1,316.98
	ชาวต่างชาติ	309,172	320,434	339,411	930.29	2.43	1,572.00
ตาก	**ทั้งหมด**	**1,653,513**	**1,757,187**	**1,904,751**	**5,831.73**	**2.13**	**1,618.99**
	ชาวไทย	1,618,293	1,721,389	1,866,591	5,689.10	2.12	1,611.75
	ชาวต่างชาติ	35,220	35,798	38,160	142.63	2.67	1,972.21
กลุ่มจังหวัดฯ	**ทั้งหมด**	**8,034,128**	**8,375,938**	**8,888,309**	**23,306.14**	**2.14**	**1,378.16**
	ชาวไทย	7,467,347	7,799,461	8,283,027	21,449.41	2.13	1,352.79
	ชาวต่างชาติ	566,781	576,477	605,282	1,856.73	2.39	1,669.73

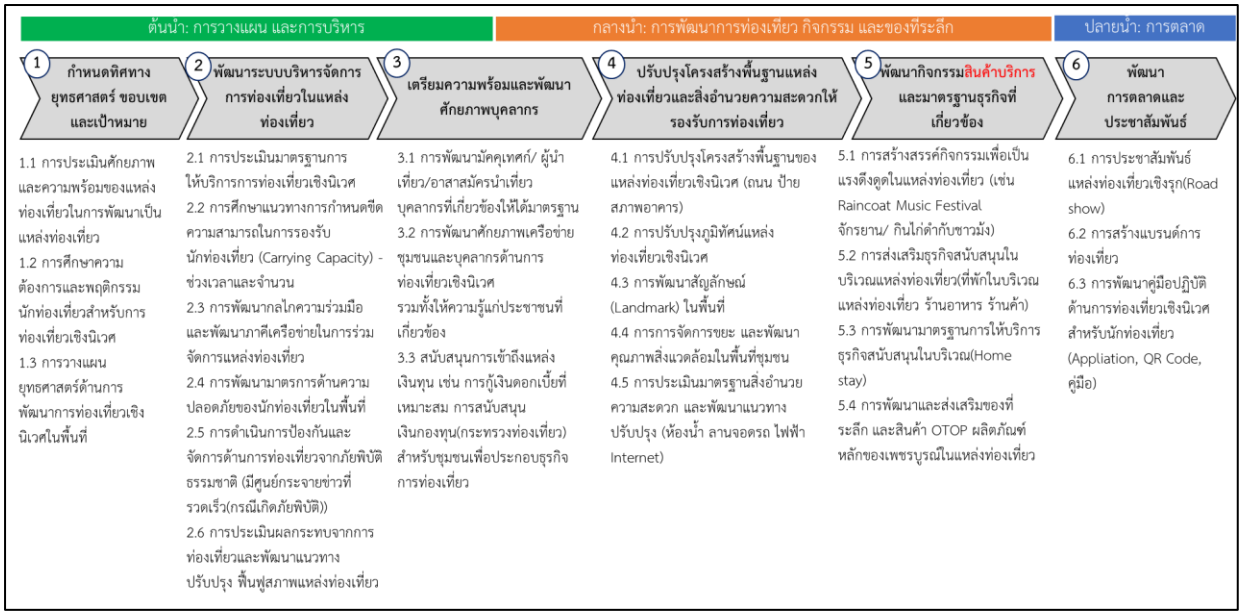
ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 4 ปี

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรระจะต้องดำเนินการ(Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.9–16: ห่วงโซ่มูลค่าผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของจังหวัดเพชรบูรณ์



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.9-35: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[22]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
5.1	1. โครงการเพชรบูรณ์ไม่ไกลไปได้ 12 เดือน (งบจังหวัด)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเพชรบูรณ์	• กิจกรรมท่องเที่ยว ฤดูหนาว 2 กิจกรรม “ภูดอกไม้ในสายหมอก” ,“เขาค้อสตรอว์เบอร์รี่แลนด์ ดินแดนแห่งความสุข” • กิจกรรมท่องเที่ยว ฤดูร้อน 1 กิจกรรม “รักษ์ 360 องศา ณ เขาตะเคียนโงะ” • กิจกรรมท่องเที่ยว เชิงกีฬา 4 กิจกรรม “ปั่นทะลุเมฆภูทับเบิก” ,“มินิฮาล์ฟมาราธอน พิชิตยอดเขาค้อ” , “เพชรบูรณ์เทควันโด แชมเปี้ยนชิพ” , “ตาดหมอก มินิฮาล์ฟมาราธอน” • กิจกรรมท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต 4 กิจกรรม “ท่องเที่ยวหล่มสัก เป็นตาฮักหลายหลาย” , “งานวัฒนธรรมไทหล่ม ขนมเส้น หล่มเก่า และเทศกาลอาหารสะอาดรสชาติอร่อย” , “ปั่นชมเมืองโบราณ อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ” , “งานประเพณีอุ้มพระดำน้ำ” • กิจกรรมท่องเที่ยว เชิงนิเวศ 1 กิจกรรม “พายเรือท่องป่า ตามหาแมงกะพรุนน้ำจืด”

[22] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
3.2 และ 5.3	2. โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเพชรบูรณ์ (งบดำเนินการ สป.กก.)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบูรณ์	กิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเพชรบูรณ์ (เตรียมความพร้อมชุมชน เพื่อเข้ารับการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย)
6.1	3. โครงการส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 (งบกลุ่มจังหวัด)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบูรณ์	กิจกรรม ROADSHOW การท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1
5.1	4. โครงการท้าท่องเที่ยวเพชรบูรณ์ ปี 2561 (งบจังหวัด)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบูรณ์	กิจกรรม ROADSHOW การท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1
6.1	5. โครงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ (งบจังหวัด)	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบูรณ์	กิจกรรม ROADSHOW การท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.9-36: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ ขอบเขตและเป้าหมาย	1.3 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่
2. พัฒนาระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	2.4 การพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ 2.5 การดำเนินการป้องกันและจัดการด้านการท่องเที่ยวจากภัยพิบัติธรรมชาติ (มีศูนย์กระจายข่าวที่รวดเร็ว(กรณีเกิดภัยพิบัติ))
3. เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	3.1 การพัฒนามัคคุเทศก์/ ผู้นำเที่ยว /อาสาสมัครนำเที่ยว บุคลากรที่เกี่ยวข้องให้ได้มาตรฐาน

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
	3.2 การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายชุมชนและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศรวมทั้งให้ความรู้แก่ประชาชนที่เกี่ยวข้อง
4. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	4.2 การปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4.3 การพัฒนาสัญลักษณ์ (Landmark) ในพื้นที่
5. พัฒนากิจกรรมสินค้าบริการ และมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	5.2 การส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว(ที่พักในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร ร้านค้า)
6. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	6.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับนักท่องเที่ยว (Application, QR Code, คู่มือ)

แผนภาพที่ 3.9–17: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของจังหวัดเพชรบูรณ์

หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดเพชรบูรณ์

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.9-37: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[23]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.3 / 2.4 / 2.5 /3.1 / 3.2 / 5.2 และ 6.3	1. โครงการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจังหวัดเพชรบูรณ์	เพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ • แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว + โครงสร้างพื้นฐาน • บุคลากรด้านการท่องเที่ยว / หน่วยงานสนับสนุน • กระบวนการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว • การตลาดและประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงรุก	สนง.จังหวัดเพชรบูรณ์
4.2 และ 4.3	2. โครงการปรับปรุงก่อสร้างภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวและเพิ่ม Landmark เพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์	• สำรวจ ออกแบบและดำเนินการปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวและเพิ่ม Landmark เพื่อการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวหนองนารี • สำรวจ ออกแบบและดำเนินการปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวและเพิ่ม Landmark เพื่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวพุทธอุทยานเพชรบุรี • สำรวจ ออกแบบและดำเนินการปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวและเพิ่ม Landmark เพื่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่ยังไม่พร้อมรับนักท่องเที่ยวหรือเสียหาย (ประตูเมือง ร้านค้า อุปกรณ์ต่างๆ)	สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัด

[23] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจังหวัดเพชรบูรณ์

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจังหวัดเพชรบูรณ์ถึงแม้จะเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ แต่โดยที่การท่องเที่ยว มีการแข่งขันสูงมากทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ประกอบกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงตามพฤติกรรมและภาวะเศรษฐกิจ ดังนั้นจังหวัดเพชรบูรณ์จึงต้องมีการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดอย่างเป็นระบบสามารถเชื่อมโยงและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดไปสู่ความสำเร็จได้อย่างครบถ้วนในทุกปัจจัยหลักที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดได้อย่างยั่งยืน

สรุปแนวคิดโครงการ

1) วางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ให้สอดรับกับทิศทางของแผนพัฒนาจังหวัดเพชรบูรณ์ 4 ปี
2) พัฒนา/ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นรวมทั้งสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยว
3) พัฒนาความรู้และทักษะให้บุคลากรด้านการท่องเที่ยว / หน่วยงานสนับสนุน
4) บริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะมาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่รวมทั้งการป้องกันและจัดการด้านการท่องเที่ยวจากภัยพิบัติธรรมชาติ
5) ส่งเสริมด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุก

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1) สร้างกลไกการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว จัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวระดับจังหวัด
2) พัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว สร้างเครือข่ายความร่วมมือ
3) พัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ตามมาตรฐานที่กำหนด
4) พัฒนา/ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นรวมทั้งสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยว
5) พัฒนาและส่งเสริมในด้านการบริการการท่องเที่ยว รวมทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้อง สร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์/OTOP ของจังหวัดโดยใช้การท่องเที่ยวนำ
6) ส่งเสริมด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุกด้วยรูปแบบและช่องทาง/สื่อที่หลากหลาย

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ (ตามพรบ.นโยบายการท่องเที่ยว)
- คณะอนุกรรมการต่าง ๆ เช่น ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐาน , ด้านพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว , ด้านประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว , ด้านการส่งเสริมความปลอดภัยการท่องเที่ยว ฯลฯ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

สนง. จังหวัดเพชรบูรณ์

ผลลัพธ์:

1) เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ด้วยการพัฒนาปัจจัยการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน มีมาตรการรักษาความปลอดภัย
2) รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
3) นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

ผลผลิต: 1) มีระบบและโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน 2) แหล่งท่องเที่ยวใหม่ / Landmark ที่มีความโดดเด่น 3) มีตลาดการท่องเที่ยวที่เปิดใหม่สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1) ร้อยละของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน กิจกรรม สินค้าและบริการที่มีคุณภาพมีอัตลักษณ์ รวมทั้งมีมาตรการรักษาความปลอดภัย (ร้อยละ...) 2) ร้อยละของจำนวนรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดที่เพิ่มขึ้น (ร้อยละ...) 3) ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น (ร้อยละ...)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
กิจกรรมที่ 1 สร้างกลไกการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว จัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวระดับจังหวัด *ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญดังนี้.....*	ต.ค. 61- ก.ย. 64			สนง.จังหวัด/ สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
กิจกรรมที่ 2 พัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว สร้างเครือข่ายความร่วมมือ *ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญดังนี้*				สนง.จังหวัด/ สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ ตำรวจภูธร	
กิจกรรมที่ 3 พัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ตามมาตรฐานที่กำหนด *ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญดังนี้.....*				สนง.จังหวัด/ สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ สนง.พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัด/ สถาบันการศึกษา	
กิจกรรมที่ 4 *พัฒนา/ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นรวมทั้งสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญดังนี้...*				สนง.จังหวัด/ สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ สนง.โยธาและผังเมืองจังหวัด	

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
กิจกรรมที่ 5 พัฒนาและส่งเสริมในด้านการบริการการท่องเที่ยว รวมทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้อง สร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์/OTOPของจังหวัดโดยใช้การท่องเที่ยวนำ *ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญดังนี้ .....*				หน่วยงานภายในจังหวัด	
กิจกรรมที่ 6 ส่งเสริมด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุกด้วยรูปแบบและช่องทาง/สื่อที่หลากหลาย ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญดังนี้.....				สนง.จังหวัด/ สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ สนง. ประชาสัมพันธ์จังหวัด	

ชื่อโครงการ: โครงการปรับปรุงก่อสร้างภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวและเพิ่ม Landmark เพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์
ที่มา / หลักการและเหตุผล: เพชรบูรณ์เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ ที่จะดึงให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวอีกมาก แต่สภาพแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีความเสียหาย ชำรุด หรือไม่พร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ บริเวณโดยรอบของหนองนารี และบริเวณโดยรอบของพุทธอุทยานเพชรบุรี เป็นต้น
สรุปแนวคิดโครงการ - ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว หนองนารี - ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว พุทธอุทยานเพชรบุรี - ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว อื่น ๆ ที่ยังไม่พร้อมรับนักท่องเที่ยวหรือเสียหาย (ประตูเมือง , ร้านค้า , อุปกรณ์ต่าง ๆ)
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1) ปรับปรุงภูมิทัศน์หนองนารีและสร้างหอชมเมืองเพชรบุรี 2) ก่อสร้างทางจักรยานและลู่วิ่งขนาดกว้าง 5.7 เมตร ยาว 6.7 กิโลเมตร 3) ก่อสร้างสะพานแก้วชมวิวเขาค้อ (คอฟฟี่ฮิวส์) 4) ปรับปรุงจุดชมวิวและเครื่องบอกอุณหภูมิ ภูทับเบิก 5) ปรับปรุงรูปแบบประตูเมืองเพชรบูรณ์ (ศรีเทพ) 6) จัดตั้งจุดบริการนักท่องเที่ยว

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดเพชรบูรณ์ - ดำเนินการสำรวจออกแบบและประมาณราคา
2. กรมการท่องเที่ยว – แหล่งเงินงบประมาณ กระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง
3. สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบูรณ์
4. กรมทางหลวง แขวง 1-2
5. เทศบาลเมือง อบจ.

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัด

ผลลัพธ์:

1) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการปรับปรุง ให้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและออกกำลังกายเพิ่มขึ้น
2) นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการปรับปรุงให้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและออกกำลังกายเพิ่มขึ้น
3) รายได้จากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการปรับปรุง ให้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและออกกำลังกายเพิ่มขึ้น

ผลผลิต:

1) มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการปรับปรุงให้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและออกกำลังกายที่ปลอดภัย
2) Landmark

ตัวชี้วัดของโครงการ:

1) จำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการปรับปรุงให้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและออกกำลังกายที่ปลอดภัยรวมทั้ง Landmark (6 แห่ง)
2) ร้อยละของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการปรับปรุง ให้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและออกกำลังกาย
3) ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการปรับปรุงให้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและออกกำลังกายเพิ่มขึ้น (ร้อยละ10)
4) ร้อยละของรายได้จากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการปรับปรุง ให้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและออกกำลังกายเพิ่มขึ้น (ร้อยละ10)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
ทุกกิจกรรมมีขั้นตอน ดังนี้					
1. สำรวจ – ออกแบบ - ประมาณราคา	2560			สนง.จังหวัด สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัด	
2. จัดทำรายละเอียดโครงการ	2560			สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัด	
3. เสนอโครงการ	2560			สนง.โยธาธิการและผังเมืองจังหวัด	
4. ดำเนินงานจัดซื้อจัดจ้าง	2560				
5. ควบคุมและเริ่มดำเนินการปรับปรุงก่อสร้าง	2561 - 2565				
6. ควบคุมงานและตรวจสอบ	2561 - 2565				
7. ติดตามและประเมินผล	2561 - 2565			สนง. จังหวัด	

3.3.9 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดอุตรดิตถ์

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดอุตรดิตถ์

จังหวัดอุตรดิตถ์ ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

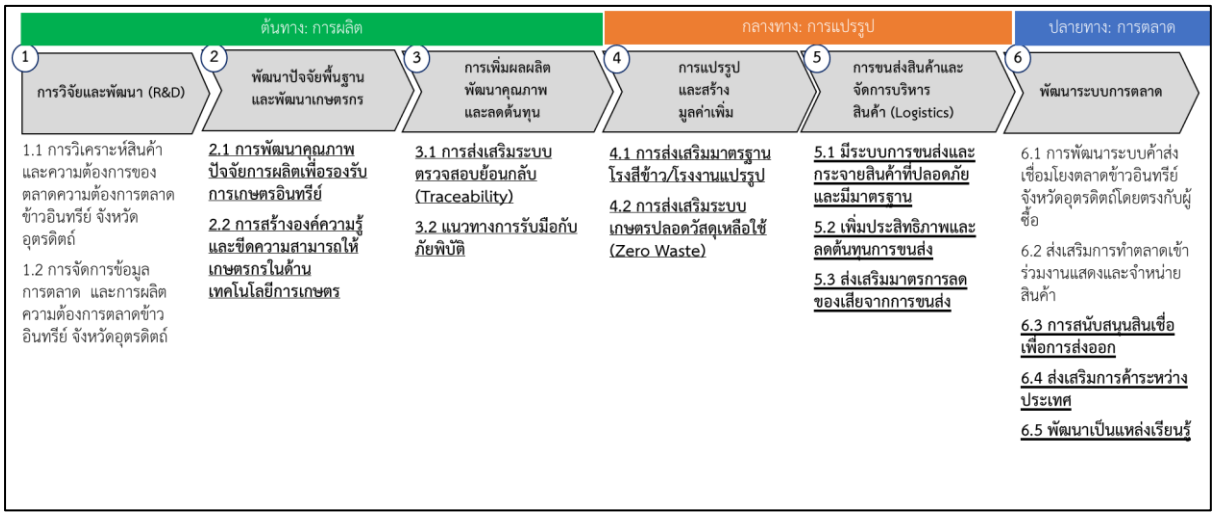
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ข้าวอินทรีย์	- มีพื้นที่ต้นน้ำที่สมบูรณ์ ทำให้มีแหล่งน้ำสะอาดเหมาะแก่การทำข้าวอินทรีย์ - เป็นการปลูกข้าวอินทรีย์ที่ไม่ใช้สารเคมี จนสามารถลดต้นทุนและเพิ่มรายได้ให้เกษตรกร อย่างเป็นรูปธรรม - สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตามนโยบายรัฐบาล เนื่องจากการผลิตข้าวอินทรีย์เป็นระบบการผลิตทางการเกษตรที่เน้นเรื่องของธรรมชาติเป็นสำคัญ ได้แก่ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การฟื้นฟูความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ การรักษาสมดุลธรรมชาติ และการใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ เพื่อการผลิตอย่างยั่งยืน
ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม	- กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 เป็นแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกเชิงประวัติศาสตร์ และเชิงนิเวศ ที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ ที่สามารถสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจ ชุมชน และตลาดสินค้าที่ระลึกหรือสินค้าประจำถิ่น เช่น ผ้าทออุตรดิตถ์ ทองสุโขทัยลายโบราณ ศิลปะประดิษฐ์และอาหารแปรรูปของพิษณุโลก สถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ควรพลาด เช่น เขื่อนภูมิพล (ตาก) วัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร (พิษณุโลก) อุทยานแห่งชาติเขาค้อ (เพชรบูรณ์) อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยและศรีสัชนาลัย (สุโขทัย) และเมืองลับแล (อุตรดิตถ์) เป็นต้น

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวอินทรีย์</u>

ภายใต้ประเด็นข้าวอินทรีย์ ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวอินทรีย์ของจังหวัดอุตรดิตถ์



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.1 การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาดความต้องการตลาดข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุตรดิตถ์ 1.2 การจัดการข้อมูลการตลาด และการผลิตความต้องการตลาดข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุตรดิตถ์
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.1 การพัฒนาระบบค้าส่ง เชื่อมโยงตลาดข้าวอินทรีย์จังหวัดอุตรดิตถ์โดยตรงกับผู้ซื้อ 6.2 ส่งเสริมการทำตลาดเข้าร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้า

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

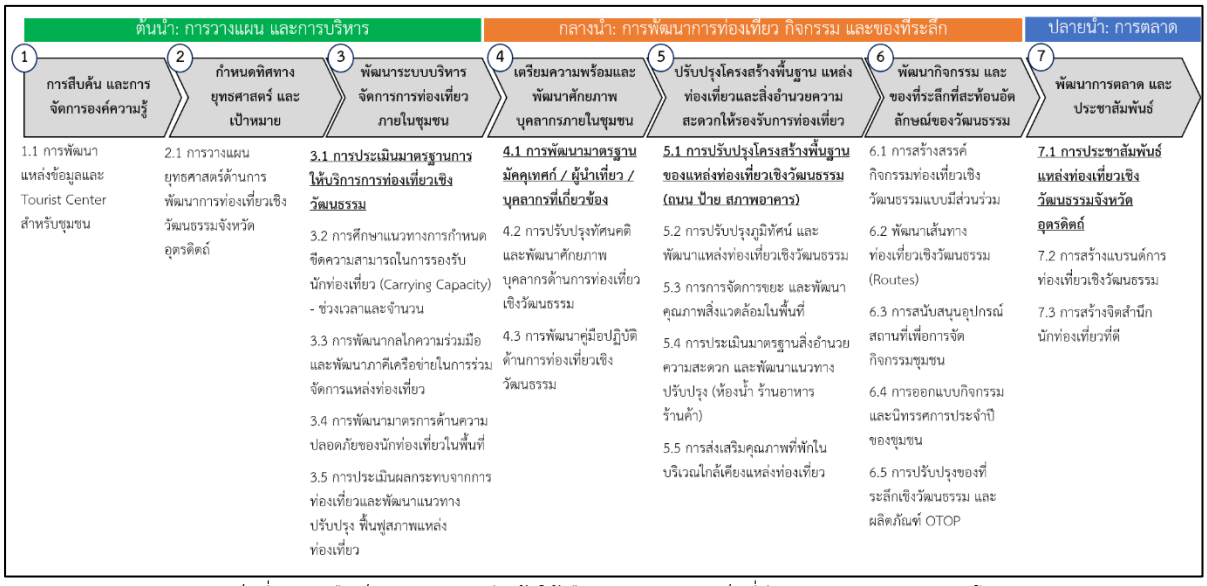
ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[24]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1+1.2	โครงการศึกษา สำรวจ วิเคราะห์สินค้าและความต้องการตลาดข้าวอินทรีย์จังหวัดอุตรดิตถ์	เพื่อเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการขับเคลื่อนสินค้าตามอุปสงค์ (Demand Side) ประเมินสถานการณ์ วางแผนกลยุทธ์ และเสนอแนวทางในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาการส่งเสริมข้าวอินทรีย์ในระดับจังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ	- สถาบันการศึกษา - สำนักงานพาณิชย์จังหวัด - สำนักงานเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัด
6.1	โครงการเชื่อมโยงตลาดข้าวอินทรีย์จังหวัดอุตรดิตถ์	เพื่อขยายตลาดสินค้าข้าวอินทรีย์จังหวัดอุตรดิตถ์ให้มีช่องทางการจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศเพิ่มขึ้น สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการอย่างยั่งยืน	- สำนักงานพาณิชย์จังหวัด - สำนักงานเกษตรและสหกรณ์ - สำนักงานเกษตรจังหวัด
6.2	โครงการเข้าร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้า	เพื่อนำสินค้าและผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์เข้าร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าโดยเฉพาะ เช่น งาน Thai Fex / งาน Organic & Natural Expo เป็นต้น	- สำนักงานพาณิชย์จังหวัด - สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด - สำนักงานเกษตรจังหวัด

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม</u>

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้ 2) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย 3) พัฒนาระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน 4) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในชุมชน 5) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 6) พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม และ 7) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ดังนี้

[24]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ของจังหวัดอุตรดิตถ์



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
6. พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม	6.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง</u> (Gap)	แนวทางการพัฒนา[25]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
6.1	โครงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บ้านลับแล ของจังหวัดอุตรดิตถ์	เพื่อดึงดูดประชาชนในพื้นที่ให้เขามารวมเยี่ยมชมเมืองลับแลถือว่าเป็นเมืองทางประวัติศาสตร์และมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สำคัญของจังหวัดอุตรดิตถ์ และเพื่อดึงดูดนักทองเที่ยวชาวไทยในจังหวัดและจากตางถิ่น รวมทั้ง ตางชาติใหเดินทางมาใกล้ชิดธรรมชาติ / แหล่งวัฒนธรรม ของจังหวัดอุตรดิตถ์	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุตรดิตถ์

[25]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ของจังหวัดอุตรดิตถ์

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด ซึ่งในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ตามรายละเอียดต่อไปนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวอินทรีย์

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- มีพื้นที่ต้นน้ำที่สมบูรณ์ ทำให้มีแหล่งน้ำสะอาดเหมาะแก่การทำข้าวอินทรีย์
- เป็นการปลูกข้าวอินทรีย์ที่ไม่ใช้สารเคมี จนสามารถลดต้นทุนและเพิ่มรายได้ให้เกษตรกรอย่างเป็นรูปธรรม
- สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตามนโยบายรัฐบาล เนื่องจากการผลิตข้าวอินทรีย์เป็นระบบการผลิตทางการเกษตรที่เน้นเรื่องของธรรมชาติเป็นสำคัญ ได้แก่ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การฟื้นฟูความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ การรักษาสมดุลธรรมชาติ และการใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ เพื่อการผลิตอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 3.9-38: พื้นที่ปลูกข้าวชนิดต่างๆ (ไร่) (ข้อมูลสะสม ตั้งแต่ 1 พ.ค. 59 – 15 ก.ย. 59)

	ข้าวหอมมะลิ	ข้าวหอมปทุม	ข้าวเจ้า	ข้าวเหนียว	ข้าวสี	ข้าวอินทรีย์	รวม
นครสวรรค์	888,834	36,528	1,273,796	7,909	977	44	2,208,088
พิจิตร	714,136	14,428	838,190	542	2,295	29	1,569,620
พิษณุโลก	376,770	32,467	735,744	84,059	913	-	1,229,953
กำแพงเพชร	107,540	41,113	935,948	9,852	753	39	1,095,245
เพชรบูรณ์	255,298	22,111	434,278	200,863	3,146	15	915,711
สุโขทัย	151,155	21,862	701,472	25,643	701	-	900,833
อุตรดิตถ์	**58,713**	**141,371**	**238,782**	**88,054**	**1,688**	**28**	**528,636**
อุทัยธานี	31,525	68,308	378,494	2,453	1,345	81	482,206
ตาก	93,999	4,332	71,669	25,056	339	9	195,404
เหนือตอนล่าง	2,677,970	382,520	5,608,373	444,431	12,157	245	9,125,696

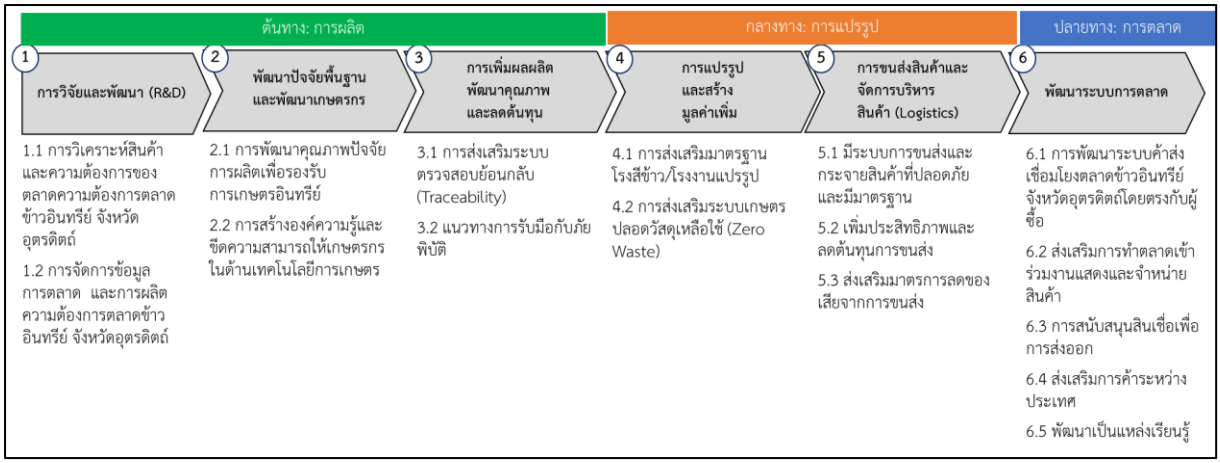
ที่มา: รายงานสถานการณ์การเพาะปลูกข้าวปี 2559/60 รอบที่ 1

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ(Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.9–18: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวอินทรีย์ ของจังหวัดอุตรดิตถ์



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.9-39: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[26]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1,1.2	โครงการวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้เรื่องการทำข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุตรดิตถ์	กรมการข้าว - สำนักงานเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดอุตรดิตถ์	รวบรวมองค์ความรู้ วิจัย วิเคราะห์ พัฒนาพันธ์ข้าวอินทรีย์ (Organic Rice) เพื่อเผยแพร่ให้เกษตรกรผู้เพาะปลูกข้าวอินทรีย์ วิธีการปลูกที่หลีกเลี่ยงสารเคมี ขั้นตอนการผลิต วิธีเก็บรักษาผลผลิต และการรักษาสภาพแวดล้อม
1.4 /2.2	โครงการแผนที่เกษตรเพื่อการบริหารจัดการเชิงรุก Zoning by Agri map ข้าวอินทรีย์จังหวัดอุตรดิตถ์	กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ - สำนักงานเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดอุตรดิตถ์	จัดทำแผนที่เกษตรเพื่อการบริหารจัดการเชิงรุก โดยบูรณาการข้อมูลพื้นฐานด้านการเกษตรจากทุกหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และ จ.อุตรดิตถ์ สำหรับใช้เป็นเครื่องมือบริหารจัดการการเกษตรไทยอย่างมีประสิทธิภาพครอบคลุม ทุกพื้นที่ มีการปรับข้อมูลให้ทันสมัย และพัฒนาเพิ่มความสะดวกการใช้งาน ให้เกิดการเข้าถึงข้อมูลโดยง่าย พร้อมกับสามารถติดตามข้อมูลความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้อย่างถูกต้อง โดย ปัจจุบันมี 6 กลุ่ม ๆ ละ 100 ไร่
1.6/2.4	โครงการส่งเสริมเกษตรปลอดภัย	กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ - สำนักงานเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดอุตรดิตถ์	เพื่อพัฒนาเกษตรกรให้สามารถผลิตสินค้าเกษตรที่ปลอดภัย จากสารเคมีและการปนเปื้อน ที่ประกอบไปด้วย หลักสูตรการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย พัฒนาความรู้เรื่องการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย พัฒนากลุ่มผู้ผลิต จัดกระบวนการเรียนรู้

[26] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

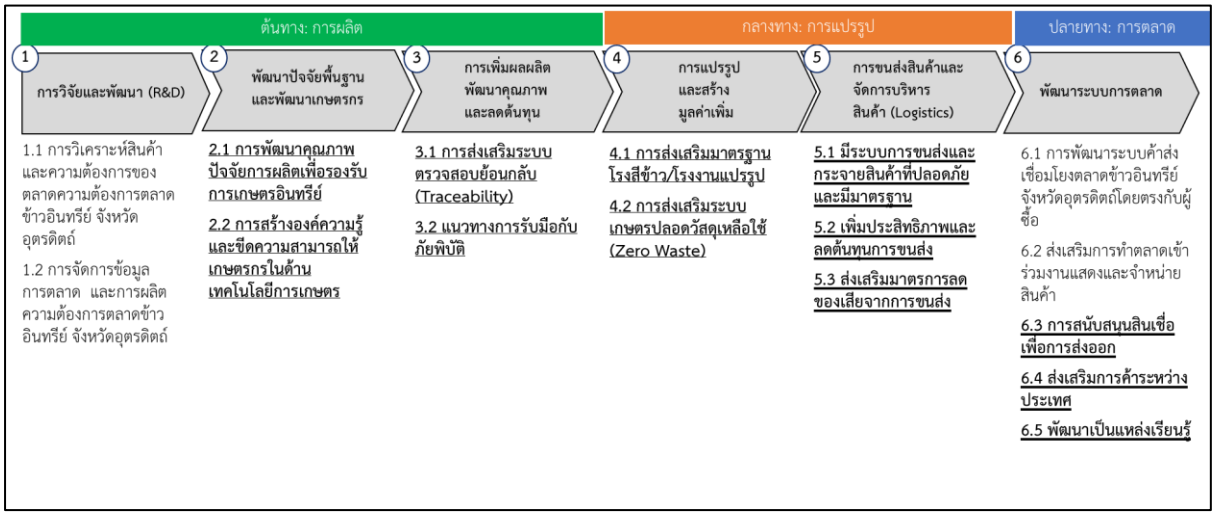
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.1	โครงการผาจุก ตำบลผาจุก อ.เมือง จ.อุตรดิตถ์	กรมชลประทาน - สำนักงานชลประทานจังหวัดอุตรดิตถ์	โครงการพัฒนาชลประทานอุตรดิตถ์ (เขื่อนทดน้ำผาจุก) ประโยชน์ทั้งด้านการอุปโภคบริโภค การบรรเทาอุทกภัยการคมนาคมทางน้ำ การผลักดันน้ำเค็ม การรักษาระบบนิเวศในแม่น้ำน่าน สนับสนุนน้ำให้แก่พื้นที่เกษตรกรรม
2.6	โครงการส่งเสริมการจัดหาแหล่งเงินทุนช่วยเหลือเกษตรกรหรือผู้ประกอบการ	ธนาคาร ธ.ก.ส ธนาคารกรุงไทย	สนับสนุนการเข้าถึง แหล่งเงินทุน เพื่อช่วยเหลือเกษตรกร
3.1 / 3.2 / 3.3 / 3.4	โครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)	สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดจังหวัดอุตรดิตถ์	ยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นไปตามมาตรฐาน ที่กำหนด และสอดคล้องกับนโยบาย OTOP ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน มีความเข้าใจ และมีความรู้ในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ สินค้าเป็นที่น่าเชื่อถือ และเป็นที่ต้องการของตลาด
4.4	โครงการ การทำตราสินค้าและตรารับรองคุณภาพ (Quality Mark) : ตราสินค้าเพชรพิชัย ของ จังหวัดอุตรดิตถ์	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุตรดิตถ์	“เพชรพิชัย” เป็นชื่อเรียกข้าวที่เป็นผลผลิตจากชาวนา จ.อุตรดิตถ์ ที่ผ่านกระบวนการการเพาะปลูกในแปลงนาไปจนถึงการสีแปรรูปและนำสู่ผู้บริโภคทุกขั้นตอนด้วยความพิถีพิถัน เป็นข้าวที่เกิดจากเกษตรกรในการทำการเกษตรตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ผ่านระยะเวลาและกระบวนการพัฒนาจนขยายผลจากบุคคลสู่การรวมกลุ่มชาวนาที่มีขนาดพื้นที่กว้างขึ้นตามลำดับ มี มาตรฐาน GAP มอก. เกษตรอินทรีย์ / IFOAM
4.2/4.3	โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุตรดิตถ์	สนับสนุนการเข้าถึงองค์ความรู้ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ที่เหมาะกับขนาดผลิตภัณฑ์

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.9-40: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.1 การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาดความต้องการตลาดข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุตรดิตถ์ 1.2 การจัดการข้อมูลการตลาด และการผลิตความต้องการตลาดข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุตรดิตถ์
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.1 การพัฒนาระบบค้าส่ง เชื่อมโยงตลาดข้าวอินทรีย์จังหวัดอุตรดิตถ์โดยตรงกับผู้ซื้อ 6.2 ส่งเสริมการทำตลาดเข้าร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้า

แผนภาพที่ 3.9–19: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวอินทรีย์ ของจังหวัดอุตรดิตถ์



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดอุตรดิตถ์

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.9-41: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[27]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1+1.2	โครงการศึกษา สำรวจ วิเคราะห์สินค้า และความต้องการตลาดข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุตรดิตถ์	เพื่อเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการขับเคลื่อนสินค้าตามอุปสงค์ (Demand Side) ประเมินสถานการณ์ วางแผนกลยุทธ์ และเสนอแนวทางในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาการส่งเสริมข้าวอินทรีย์ในระดับจังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ	- สถาบันการศึกษาในจังหวัด - สำนักงานพาณิชย์จังหวัด - สำนักงานเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัด
6.1	โครงการเชื่อมโยงตลาดข้าวอินทรีย์จังหวัดอุตรดิตถ์	เพื่อขยายตลาดสินค้าข้าวอินทรีย์จังหวัดอุตรดิตถ์ให้มีช่องทางการจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศเพิ่มขึ้น สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการอย่างยั่งยืน	- สำนักงานพาณิชย์จังหวัด - สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด - สำนักงานเกษตรจังหวัดอุตรดิตถ์
6.2	โครงการเข้าร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้า	เพื่อนำสินค้าและผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์เข้าร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าโดยเฉพาะ เช่น งาน Thai Fex / งาน Organic & Natural Expo เป็นต้น	- สำนักงานพาณิชย์จังหวัด - สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด - สำนักงานเกษตรจังหวัด

[27] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: งานNorthern GMS Forum & Expo

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

เพื่อปัญหาเรื่องการส่งเสริมการทำตลาด (6.2) และ เชื่อมโยงตลาดข้าวอินทรีย์ (6.1) โดยการเข้าร่วมงาน หรือ จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าของจังหวัดอุตรดิตถ์ ดังนั้น การจัดงานเพื่อการนำผู้ซื้อเข้ามาพบผู้ผลิตในพื้นที่ จังหวัดอุตรดิตถ์ จึงจะช่วยแก้ปัญหาเรื่องการตลาด, เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศ และ ต่างประเทศ , ยกระดับราคาได้ และ เชื่อมโยงตลาด ข้าวอินทรีย์ของ จังหวัดอุตรดิตถ์

สรุปแนวคิดโครงการ

การจัดงานแสดงสินค้าจากผลผลิตทางการเกษตร โดยดำเนินงานลักษณะเดียวกันกับงาน Thai Fex

- ชักจูงให้ลูกค้าได้เข้ามาเห็นขบวนการผลิต, การแปรรูป ซึ่งจะสร้างความมั่นคง มั่นใจให้กับผู้ซื้อ

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

จัดงานแสดงสินค้าระดับภาคเหนือเพื่อเปิดตลาดให้สมาชิก GMS ทั้ง 6 ประเทศ และ กลุ่มเป้าหมาย เข้ามาชมสินค้า และเจรจาทางการค้ากับผู้ผลิตข้าวอินทรีย์ ตลอดจนเยี่ยมชมผลผลิตคุณภาพทางการเกษตร, เกษตรแปรรูป,อาหาร,เสื้อผ้า ,เครื่องประดับ และ อื่นๆ

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- ภาคเอกชน , หอการค้าจังหวัดอุตรดิตถ์
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุตรดิตถ์
- สำนักงานเกษตรและสหกรณ์
- สำนักงานเกษตรจังหวัดอุตรดิตถ์

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุตรดิตถ์

ผลลัพธ์:

- ผู้ซื้อได้พบผู้ขาย
- เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น
- ส่งเสริมการตลาดข้าวอินทรีย์ของจังหวัด

ผลผลิต:

- จัดกิจกรรมงานส่งเสริมการตลาด 1 ครั้ง
- เกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์คุณภาพ ของจังหวัดเข้าร่วมกิจกรรม

ตัวชี้วัดของโครงการ:

มูลค่าการเพิ่มค่าข้าวอินทรีย์ เพิ่มขึ้น ร้อยละ 10

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
จัดประชุมหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ปีงบประมาณ 2562				
เสนอแผนงานและงบประมาณ	ปีงบประมาณ 2562				
จัดทำประมาณการขอเสนองบประมาณ	ปีงบประมาณ 2562				
ทำการตลาด/ประชาสัมพันธ์	ปีงบประมาณ 2562				
ติดตามประเมินผล					

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 เป็นแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกเชิงประวัติศาสตร์ และเชิงนิเวศที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ ที่สามารถสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และตลาดสินค้า ที่ระลึกหรือสินค้าประจำถิ่น เช่น ผ้าทออุตรดิตถ์ ทองสุโขทัยลายโบราณ ศิลปะประดิษฐ์และอาหารแปรรูปของพิษณุโลก สถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ควรพลาด เช่น เขื่อนภูมิพล (ตาก) วัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร (พิษณุโลก) อุทยานแห่งชาติเขาค้อ (เพชรบูรณ์) อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยและศรีสัชนาลัย (สุโขทัย) และเมืองลับแล (อุตรดิตถ์) เป็นต้น

ตารางที่ 3.9-42: จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดเหนือตอนล่าง 1 ปี 2556 – 2558

จังหวัด	ข้อมูลการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1						
	จำนวนนักท่องเที่ยว	ปี 2556 (คน)	ปี 2557 (คน)	ปี 2558 (คน)	รายได้จากการท่องเที่ยว ปี 2558 (ล้านบาท)	ระยะเวลาการพำนักในพื้นที่เฉลี่ย (วัน)	ค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวเฉลี่ย/คน/วัน (บาท)
พิษณุโลก	**ทั้งหมด**	**2,714,770**	**2,811,609**	**2,968,364**	**7,098.01**	**2.08**	**1,438.63**
	ชาวไทย	2,521,346	2,620,089	2,770,759	6,402.71	2.1	1,390.97
	ชาวต่างชาติ	193,424	191,520	197,605	695.30	1.9	2,102.05
เพชรบูรณ์	**ทั้งหมด**	**1,792,327**	**1,845,821**	**1,915,786**	**5,792.37**	**2.49**	**1,287.29**
	ชาวไทย	1,770,205	1,823,978	1,893,150	5,715.20	2.48	1,283.90
	ชาวต่างชาติ	22,122	21,843	22,636	77.17	3.08	1,599.15
อุตรดิตถ์	**ทั้งหมด**	**756,933**	**784,214**	**852,441**	**1,551.73**	**1.83**	**1,159.92**
	ชาวไทย	750,090	777,332	844,971	1,540.39	1.83	1,160.37
	ชาวต่างชาติ	6,843	6,882	7,470	11.34	1.87	1,103.22
สุโขทัย	**ทั้งหมด**	**1,116,585**	**1,177,107**	**1,246,967**	**3,032.30**	**2.17**	**1,385.96**
	ชาวไทย	807,413	856,673	907,556	2,102.01	2.1	1,316.98
	ชาวต่างชาติ	309,172	320,434	339,411	930.29	2.43	1,572.00
ตาก	**ทั้งหมด**	**1,653,513**	**1,757,187**	**1,904,751**	**5,831.73**	**2.13**	**1,618.99**
	ชาวไทย	1,618,293	1,721,389	1,866,591	5,689.10	2.12	1,611.75
	ชาวต่างชาติ	35,220	35,798	38,160	142.63	2.67	1,972.21
กลุ่มจังหวัดฯ	**ทั้งหมด**	**8,034,128**	**8,375,938**	**8,888,309**	**23,306.14**	**2.14**	**1,378.16**
	ชาวไทย	7,467,347	7,799,461	8,283,027	21,449.41	2.13	1,352.79
	ชาวต่างชาติ	566,781	576,477	605,282	1,856.73	2.39	1,669.73

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ข้อมูล ณ วันที่ 4 เมษายน 2559)

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.9–20: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของจังหวัดอุตรดิตถ์

3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.9-43: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[28]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1,1.2,1.3	โครงการรวบรวมพัฒนาและบริหารจัดการองค์ความรู้สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุตรดิตถ์	กรมการท่องเที่ยว - สำนักงานท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดอุตรดิตถ์	รวบรวมองค์ความรู้ งานวิจัย ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับประเพณี วัฒนธรรม เพื่อ จัดการความรู้เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้ มาพัฒนาเป็นสถานที่แหล่ง ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดอุตรดิตถ์ รวมทั้งให้บริการแก่ผู้มาศึกษา และ ประชาสัมพันธ์
2.1,2.2	โครงการการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวางแผน ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดอุตรดิตถ์	กรมการท่องเที่ยว - สำนักงานท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดอุตรดิตถ์	เพื่อเสริมสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว กำหนดยุทธศาสตร์เป็นเมือง 3 วัฒนธรรม ที่มีอัตลักษณ์และยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวพัฒนาทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการท่องเที่ยว ส่งเสริมเชื่อมโยงเส้นทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยว กับเพื่อนบ้าน ทังภายในและต่างประเทศ

[28] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
3.1	โครงการการประเมินมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บ้าน สองแคว	กรมการท่องเที่ยว - สำนักงานท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	เพื่อสร้างมาตรฐานแหล่งที่พักแบบชุมชน (Home Stay) ที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว โดยชุมชนสามารถลงทุนปรับปรุงด้วยงบประมาณที่ไม่สูง และสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว พัฒนาศักยภาพการจัดการเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนแบบมีส่วนร่วม อาทิ เช่น อำเภอลับแล, อำเภอ ตรอน จังหวัดอุตรดิตถ์
4.1	การพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว / บุคลากรที่เกี่ยวข้อง	กรมการท่องเที่ยว - สำนักงานท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดอุตรดิตถ์	การกำหนดคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ ที่จะปฏิบัติหน้าที่ ในการนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ และให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่และบุคคลอย่างมีคุณภาพ โดยมัคคุเทศก์ต้องมีมาตรฐาน 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความรู้ ด้านทักษะการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ และด้านจริยธรรมในวิชาชีพมัคคุเทศก์ โดยมัคคุเทศก์ดังกล่าวจะต้องผ่านการประเมินตามเกณฑ์การประเมินมาตรฐานมัคคุเทศก์ ตามประกาศกรมการท่องเที่ยว โดยปัจจุบัน **มีขึ้นทะเบียนจำนวน 90 คน
5.1	โครงการการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ถนน ป้ายสภาพอาคาร)	กรมการท่องเที่ยว - สำนักงานท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดอุตรดิตถ์	เพื่อปรับปรุงเส้นทางการเดินทางที่สะดวกแก่นักท่องเที่ยว อาทิเช่นที่อำเภอ ฟากท่า สุสานหอยล้านปี,อำเภอบ้านโคก จุดผ่อนปรนการค้าช่องภูดู่, อำเภอบ้านโคก หัตถกรรมทอผ้ามัดหมี่ เป็นต้น
7.1	โครงการการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดอุตรดิตถ์	กรมการท่องเที่ยว - สำนักงานท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดอุตรดิตถ์	เพื่อประชาสัมพันธ์และดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น กรมส่งเสริมวัฒนธรรม ร่วมกับ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุตรดิตถ์ เปิดตัวชุมชนเมืองลับแล อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกที่อยากเดินทางมาสัมผัสชีวิตเรียบง่ายไม่ต้องเร่งรีบ เต็มไปด้วยเสน่ห์ที่น่าค้นหา

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.9-44: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
6. พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม	6.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม

แผนภาพที่ 3.9–21: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ของจังหวัดอุตรดิตถ์

หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดอุตรดิตถ์

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.9-45: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[29]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
6.1	โครงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บ้านลับแล ของจังหวัดอุตรดิตถ์	เพื่อดึงดูดประชาชนในพื้นที่ให้เขามารวมเยี่ยมชมเมืองลับแลถือว่าเป็นเมืองทางประวัติศาสตร์และมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สำคัญของจังหวัดอุตรดิตถ์ และเพื่อดึงดูดนักทองเที่ยวชาวไทยในจังหวัดและจากตางถิ่น รวมทั้งตางชาติใหเดินทางมาใกล้ชิดธรรมชาติ / แหล่งวัฒนธรรมของจังหวัดอุตรดิตถ์	สำนักงานท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดอุตรดิตถ์

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บ้านลับแล ของจังหวัดอุตรดิตถ์

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บ้านลับแล ของจังหวัดอุตรดิตถ์เมืองลับแลดินแดนเมืองแม่หม้าย ชายใดลงเข้าไปแล้วต้องกลับมาเที่ยวใหม่แน่นอน เป็นเมืองเล็กๆ เงียบสงบเป็นชุมชนเล็กๆ และที่สำคัญมาเมืองลับแลแล้วต้องมาชิมหมี่พันข้าวแคบ

สรุปแนวคิดโครงการ

การจัดงานแสดงสินค้าจากผลผลิตทางการเกษตร โดยดำเนินงานลักษณะเดียวกันกับงาน Thai Fex

- ชักจูงให้ลูกค้าได้เข้ามาเห็นขบวนการผลิต, การแปรรูป ซึ่งจะสร้างความมั่นคง มั่นใจให้กับผู้ซื้อ

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- รวบรวม และจัดทำเนื้อหาข้อมูลให้นักท่องเที่ยว

[29] หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

• ประชุมหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง , เอกชน , สถานที่รองรับนักท่องเที่ยว • ออกแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ • กิจกรรมทางการตลาด
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง - ภาคเอกชน , หอการค้าจังหวัดอุตรดิตถ์ - สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุตรดิตถ์ - สำนักงานเกษตรและสหกรณ์ - การเกษตรจังหวัดอุตรดิตถ์
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุตรดิตถ์
ผลลัพธ์: • เพิ่มรายได้ • ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น • ส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัด
ผลผลิต: ส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยววัฒนธรรม เดือน 3
ตัวชี้วัดของโครงการ: - ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว - ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยว

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
จัดประชุมหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง					
เสนอแผนงานและงบประมาณ					
จัดทำประมาณการขอเสนอ งบประมาณ					
ทำการตลาด/ประชาสัมพันธ์					
ติดตามประเมินผล					

3.4 กลุ่มที่ 10 (จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดพิจิตร จังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดอุทัยธานี)

3.4.1 การวิเคราะห์ศักยภาพพื้นฐานของพื้นที่กลุ่มที่ 10

พื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 10 ประกอบไปด้วยจังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดพิจิตร จังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดอุทัยธานี ซึ่งมีที่ตั้งอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย โดยมีพื้นที่รวมกันทั้งสิ้นประมาณ 29,467.43 ตารางกิโลเมตร โดยแบ่งออกเป็น

จังหวัดกำแพงเพชร	มีพื้นที่	8,607.50	ตารางกิโลเมตร
จังหวัดพิจิตร	มีพื้นที่	4,531.01	ตารางกิโลเมตร
จังหวัดนครสวรรค์	มีพื้นที่	9,598.67	ตารางกิโลเมตร
จังหวัดอุทัยธานี	มีพื้นที่	6,730.25	ตารางกิโลเมตร

พื้นที่กลุ่มจังหวัดที่ 10 เป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ เนื่องจากมีแม่น้ำสายสำคัญไหลผ่าน ได้แก่ แม่น้ำปิง แม่น้ำวัง แม่น้ำยม และแม่น้ำน่าน ไหลมาบรรจบกันเป็นแม่น้ำเจ้าพระยา ที่ตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ และแม่น้ำสะแกกรังที่มีต้นกำเนิดอยู่ในเขตเทือกเขาโมโกจูในเขตจังหวัดกำแพงเพชร ไหลไปบรรจบกับแม่น้ำเจ้าพระยาที่ ตำบลท่าซุง อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี จึงทำให้พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำ ประกอบกับลักษณะดินเป็นดินเหนียวปนทราย มีการระบายน้ำได้ดี จึงมีความเหมาะสมแก่การทำนาและปลูกพืชไร่พื้นที่กลุ่มจังหวัดที่ 10 มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งสิ้น ในปี พ.ศ. 2557 อยู่ที่ประมาณ 303,954 ล้านบาท โดยภาคเศรษฐกิจที่โดดเด่นคือสาขาเกษตรกรรม คิดเป็นมูลค่า 107,799 ล้านบาท โดยคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 35.47 ของมูลค่าเศรษฐกิจทั้งหมดของพื้นที่

หากจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่าจังหวัดกำแพงเพชรเป็นจังหวัดที่มีสัดส่วนทางเศรษฐกิจของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 10 สูงที่สุด อยู่ที่ร้อยละ 37.18 มีมูลค่าอยู่ที่ 113,006 ล้านบาท ตามมาด้วยจังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดพิจิตร และจังหวัดอุทัยธานี ตามลำดับ

ทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจของพื้นทีจังหวัดกลุ่มที่ 10 ดังนี้

1) ขยายฐานเศรษฐกิจของกลุ่มให้หลากหลาย สร้างมูลค่าเพิ่มผลิตผลเกษตร พัฒนาเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจเดิมสู่ภาคอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูง และการพัฒนาระบบ Logistic โดยใช้จังหวัดนครสวรรค์เป็นศูนย์กลาง มุ่งเน้นการเป็นศูนย์ผลิตและค้าข้าว รวมถึงให้ภาคเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมเป็นฐานสร้างรายได้ โดยการเพิ่มผลิตภาพการผลิตและธุรกรรมการค้าข้าว ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาพันธุ์ข้าวคุณภาพสูง สนับสนุนการปลูกข้าวด้วยระบบการผลิตเกษตรที่ดี (GAP) พัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวแปรรูปเพื่อตอบสนองตลาดเฉพาะ ส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมแปรรูปผลผลิตการเกษตรที่มีศักยภาพให้มีความสมบูรณ์ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ พัฒนาระบบ Logistic โดยนครสวรรค์เป็นศูนย์กลางขนส่งสินค้าพืชผลเกษตรและการส่งออกแบบเบ็ดเสร็จ จัดทำ การศึกษา เพื่อกำหนดรูปแบบระบบ Logistic ที่เหมาะสมของกลุ่ม ทั้งระบบราง ถนน และการขนส่งทางน้ำ

2) เพิ่มรายได้จากการพัฒนาและสร้างสินค้าการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการเพิ่มโอกาสการขยายตัวทางการค้า การลงทุนและยกระดับการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งสร้างรายได้ของกลุ่มจังหวัดอย่างมั่นคง โดยส่งเสริมพัฒนา

ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว เชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในกลุ่มจังหวัด และระหว่างกลุ่มจังหวัด จัดทำแผนการพัฒนาและใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลกของพื้นที่ ทั้งอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรและเขตอนุรักษ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง สนับสนุนชุมชนที่อยู่ใกล้แหล่งมรดกโลกมีส่วนร่วมในการพัฒนา ตลอดจนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว ฟื้นฟูบึงบอระเพ็ดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ อนุรักษ์พันธุ์ปลาที่หายากของท้องถิ่น และแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตชาวแพริมแม่น้ำ

3) แก้ไขปัญหาน้ำทั้งระบบ ให้สอดคล้องกับกรอบการพัฒนาลุ่มน้ำหลักของประเทศ เพื่อป้องกันและแก้ปัญหาภัยธรรมชาติ สนับสนุนการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดความเสี่ยงจากอุทกภัยและภัยแล้ง และการใช้ประโยชน์สูงสุด โดยการพัฒนาแหล่งน้ำและการบริหารจัดการน้ำให้ทั่วถึงเป็นระบบเชื่อมต่อกับการจัดการลุ่มน้ำหลักของภาคที่อยู่ในพื้นที่กลุ่ม ให้มีน้ำเพียงพอสำหรับการเกษตร อุตสาหกรรม และการอุปโภคบริโภค ป้องกันหรือบรรเทาปัญหาน้ำท่วมหรือภัยแล้ง เพิ่มสมรรถนะแหล่งกักเก็บน้ำและเพิ่มแหล่งกักเก็บน้ำใหม่โดยสร้างแก้มลิงในพื้นที่เหมาะสม สร้างฝายระบายน้ำและพนังกั้นน้ำในลำน้ำสายหลัก และเพิ่มสถานีสูบน้ำด้วยไฟฟ้า พร้อมพัฒนาขุดลอกแหล่งกักเก็บน้ำเดิมที่ตื้นเขิน

4) พัฒนาทรัพยากรมนุษย์และคุณภาพชีวิตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาระดับความรู้ความสามารถของประชาชนและกำลังแรงงานในกลุ่มจังหวัดให้สูงขึ้น โดยการยกระดับการศึกษาและพัฒนากำลังแรงงานให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ยกระดับคุณภาพมาตรฐานการศึกษาขั้นพื้นฐาน สนับสนุนให้มีการเข้าศึกษาต่อในระดับมัธยมและอุดมศึกษามากขึ้น สนับสนุนการเพิ่มประสิทธิภาพกำลังแรงงานให้สูงขึ้น โดยเร่งพัฒนาทักษะฝีมือของบุคลากรให้ตรงกับความต้องการของตลาด รวมถึงการส่งเสริมให้ประชาชนดูแลรักษาสุขภาพของตนเอง

ในส่วนของการวิเคราะห์ศักยภาพจากตัวชี้วัดการพัฒนาพบว่า ค่อนข้างสอดคล้องกับโครงสร้างและทิศทางของเศรษฐกิจของพื้นที่ในภาพรวม โดยพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 10 ในส่วนของภาคการเกษตรนั้น ยังคงมีสถานการณ์ทางด้านการพัฒนาผลผลิตสินค้าเกษตรและการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

ทั้งนี้ จากข้อมูลศักยภาพ และทิศทางการพัฒนาทั้งหมด สามารถสรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่จะนำมาใช้ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในแต่ละจังหวัด ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.10-1: สรุปตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพรายจังหวัดที่จะใช้ในการฝึกอบรมของโครงการ

จังหวัด	ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1	ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2
กำแพงเพชร	กล้วยไข่	ท่องเที่ยวมรดกโลก
พิจิตร	ข้าวปลอดภัย	ท่องเที่ยวเชิงประเพณี
นครสวรรค์	ศูนย์กลางการค้าข้าว	ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
อุทัยธานี	ข้าวอินทรีย์	ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ไม้เมืองหนาว)

การวิเคราะห์ศักยภาพด้านเศรษฐกิจของพื้นที่ จะมุ่งเน้นการวิเคราะห์โครงสร้างทางเศรษฐกิจในภาพรวมของแต่พื้นที่ และจังหวัดในพื้นที่ เพื่อให้เห็นถึงจุดเน้นทางด้านโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สถานการณ์ปัจจุบัน และแนวโน้มจากข้อมูลที่ผ่านมา โดยมีผลสรุป ดังนี้

- **สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 10 จำแนกตามสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญ**

ภาพรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 10 ซึ่งประกอบไปด้วยจังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดพิจิตร จังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดอุทัยธานีนี้ พบว่ามีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งสิ้น ในปี พ.ศ. 2558 อยู่ที่ 255,665 ล้านบาท โครงสร้างทางเศรษฐกิจที่สำคัญของพื้นที่นี้จะอยู่ที่ภาคบริการ โดยมีสัดส่วนในช่วงระยะเวลาของปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2556 – 2558) อยู่ระหว่างร้อยละ 34 – 43 มาโดยตลอด ตามมาด้วยภาคการเกษตรซึ่งอยู่ที่ประมาณร้อยละ 29-39 ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรมมีสัดส่วนที่น้อยที่สุด โดยมีสัดส่วนอยู่เพียงร้อยละประมาณ 28 เท่านั้น

ตารางที่ 3.10-2: สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 10 จำแนกตามสาขาเศรษฐกิจ (ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์มวลรวมพื้นที่ (ณ ราคาปัจจุบัน)	2556	2557	เปลี่ยนแปลง (2557/2556) ร้อยละ	2558	เปลี่ยนแปลง (2558/2557) ร้อยละ
เกษตร (สัดส่วน ร้อยละ)	126,977 (39)	103,026 (35)	-19	74,442 (29)	-28
อุตสาหกรรม (สัดส่วน ร้อยละ)	89,838 (28)	80,205 (28)	-11	72,191 (28)	-10
บริการ (สัดส่วน ร้อยละ)	109,651 (34)	107,288 (37)	-2	109,033 (43)	2
ผลิตภัณฑ์มวลรวม	326,465 (100)	290,519 (100)	-11	255,665 (100)	12-

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

- **สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 10 จำแนกตามจังหวัดในกลุ่ม**

หากพิจารณาในมุมของผลิตภัณฑ์มวลรวม จำแนกตามจังหวัด จะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ. 2558 จังหวัดนครสวรรค์เป็นจังหวัดที่มีสัดส่วนทางเศรษฐกิจของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 10 สูงที่สุด อยู่ที่ร้อยละ 38 มีมูลค่าอยู่ที่ 97,724 ล้านบาท โดยมีจังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดพิจิตร และจังหวัดอุทัยธานี เป็นอันดับ 3 4 และ 5 ตามลำดับ

ทั้งนี้ ในมุมของการเติบโตนั้น พบว่าในปี พ.ศ. 2558 จังหวัดกลุ่มที่ 10 มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ ณ ราคาปัจจุบันลดลงค่อนข้างมาก ประมาณร้อยละ 8-20 โดยพิจิตรได้รับผลกระทบมากที่สุด เนื่องจากเศรษฐกิจขึ้นอยู่กับข้าวซึ่งราคาลดลงอย่างมาก เป็นหลัก

ตารางที่ 3.10-3: สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 10 จำแนกตามจังหวัดในกลุ่ม (ล้านบาท)

จังหวัดในกลุ่ม	2556	2557	เปลี่ยนแปลง (2557/2556) ร้อยละ	2558	เปลี่ยนแปลง (2558/2557) ร้อยละ
กำแพงเพชร (สัดส่วน ร้อยละ)	120,704 (37)	108,841 (37)	-10	96,237 (38)	-12
พิจิตร (สัดส่วน ร้อยละ)	59,522 (18)	46,592 (16)	-22	37,364 (15)	-20
นครสวรรค์ (สัดส่วน ร้อยละ)	116,612 (36)	106,778 (37)	-8	97,724 (38)	-8
อุทัยธานี (สัดส่วน ร้อยละ)	29,627 (9)	28,308 (10)	-4	24,339 (10)	-14
ผลิตภัณฑ์มวลรวม	326,465 (100)	290,519 (100)	-11	255,665 (100)	-12

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

3.4.2 การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่กลุ่มที่ 10

การวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่ ในส่วนนี้เป็นประมวลนโยบาย และแผนงานยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ เปรียบเสมือนการประเมินปัจจัยภายนอก (External Factors) พร้อมวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งในด้านบวกและลบ เพื่อมาวิเคราะห์ในส่วนของโอกาส และอุปสรรคต่อการดำเนินงานของพื้นที่ต่อไป โดยมีผลสรุปการวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ต่อพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 10 ดังนี้

ตารางที่ 3.10-4: สรุปผลการวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ ต่อพื้นที่

นโยบาย / แผนยุทธศาสตร์	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
<u>กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579)</u> ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม ยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	+ มีกรอบและเป้าหมายการพัฒนาในระยะยาวที่ชัดเจน ทำให้มีแนวทางที่ชัดเจนในการจัดทำแผนพัฒนาอื่นๆ ที่สอดคล้องกับนโยบายระดับชาติ + เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มจังหวัด ทั้งในด้านการผลิต บริการ การค้า การลงทุน และการพัฒนาเมืองและระบบโครงสร้างพื้นฐาน + สร้างการพัฒนาของเศรษฐกิจและสังคมที่มีความยั่งยืน รวมถึงสร้างความเจริญแก่ทุกภาคส่วนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียม
<u>แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12</u> **ยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาค เมืองและพื้นที่เศรษฐกิจ**	+ โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว

นโยบาย / แผนยุทธศาสตร์	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
● เป้าหมายภาคเหนือ การพัฒนาฐานเศรษฐกิจให้เป็นฐานเศรษฐกิจมูลค่าสูง - ฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร และ-เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง - อุทัยธานี อยู่ในกลุ่มที่จะได้รับพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว - ยกระดับอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป โดยให้กำแพงเพชรและนครสวรรค์เป็นพื้นที่หลักในการแปรรูปข้าว พืชไร่ และพืชพลังงาน - นครสวรรค์ และกำแพงเพชร เป็นแหล่งผลิตพลังงานทดแทน จากวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรจากพืชและสัตว์ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นวัตถุดิบและลดปัญหาสิ่งแวดล้อม	+ ได้รับการปรับปรุงมาตรฐานสินค้าและธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสากล + พื้นที่จะมีความสำคัญทางเศรษฐกิจมากขึ้นจากการขยายตัวของการท่องเที่ยวและภาคบริการต่อเนื่อง + เกิดผลดีต่อการสร้างงานให้ผู้สูงอายุ + อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารได้รับการพัฒนาคุณภาพ + วัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรถูกนำมาพัฒนาเป็นพลังงานทดแทน สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรเพิ่มมากขึ้น - การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวอาจส่งผลด้านลบต่อทรัพยากรน้ำที่มีจำกัด - ปัญหามลพิษที่เกิดขึ้นจากการขยายตัวของเศรษฐกิจ
<u>**ยุทธศาสตร์ด้านเกษตรกรรม**</u> ● **สินค้าเศรษฐกิจ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร)** –ข้าว ข้าวโพด ข้าวฟ่าง มันสำปะหลัง กระบือ โค ถั่วลิสง ถั่วเหลือง ถั่วเขียว ยาสูบ ไม้ผล ● **ยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)** 1. สรางความเขมแข็งใหกับเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร 2. เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตร 3. เพิ่มความสามารถในการแขงขันภาคการเกษตรดวยเทคโนโลยีและนวัตกรรม 4. บริหารจัดการทรัพยากรการเกษตรและสิ่งแวดลอมอย่างสมดุลและยั่งยืน 5. พัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ	+ ผลผลิตทางการเกษตรเพิ่มสูงขึ้นจากการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้สร้างมูลค่าเพิ่มภายใต้แนวคิดเกษตรปลอดภัยและฟาร์มเกษตรอัจฉริยะ + พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตอาหารและสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออก กล้วยไข่ ข้าวปลอดภัย ข้าวอินทรีย์ + วัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรถูกนำมาพัฒนาเป็นพลังงานทดแทน + ได้รับการปรับปรุงโครงการด้านแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรเพิ่มเติม - ปัจจัยการผลิตของสินค้าเกษตรเป้าหมายมีราคาสูงขึ้นจากความต้องการปัจจัยการผลิตในพื้นที่สูงขึ้น - เกิดความกังวลเรื่องผลผลิตที่เพิ่มขึ้นจะส่งผลให้ราคาลดต่ำลง
<u>**ยุทธศาสตร์ด้านอุตสาหกรรม**</u> ● **ศักยภาพอุตสาหกรรม (กระทรวงอุตสาหกรรม)** ● **ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)**	+ คลัสเตอร์อุตสาหกรรมเป้าหมายได้รับการยกระดับผลิตภาพ มาตรฐาน และได้รับการส่งเสริมด้านนวัตกรรมและการเพิ่มมูลค่า รวมทั้งเกิดการเชื่อมโยงเป็นห่วงโซ่มูลค่าทั้งในและต่างประเทศ

นโยบาย / แผนยุทธศาสตร์	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
1. ปฏิรูปภาคอุตสาหกรรมไทยสู่อุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญา 2. ปฏิรูปนิเวศอุตสาหกรรมรองรับอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญา 3. เชื่อมโยงอุตสาหกรรมไทยกับเศรษฐกิจโลก	+ โครงสร้างพื้นฐาน และทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมเป้าหมายได้รับการพัฒนาทั้งในแง่คุณภาพ และปริมาณ ตลอดจนองค์ความรู้ - ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรมลงจากผลกระทบของการประกอบอุตสาหกรรม
<u>**ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว**</u> ● **กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย : เชิงพื้นที่** ● **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 2 (ยุทธศาสตร์ 5 ปี พ.ศ. 2560 – 2564)** - คุณภาพสินค้า บริการ และความยั่งยืน - โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก - ทรัพยากรมนุษย์ - การตลาดและเสริมสร้างภาพลักษณ์ - การบริหารจัดการและกฎหมาย	+ โอกาสในการพัฒนาธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยว + ได้รับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงบุคลากรเพื่อรองรับกิจกรรมท่องเที่ยว - ทรัพยากรธรรมชาติ สภาพแวดล้อม และมรดกทางวัฒนธรรมได้รับความเสียหายจากนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม - โครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวอาจไม่เพียงพอต่อการขยายตัว - อาจมีปัญหาแรงงานต่างถิ่นหลั่งไหลเข้ามาทำงานในภาคบริการที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวมากขึ้น กระทบต่อวิถีชีวิตและความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของคนในชุมชน
<u>**ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาเมือง และโครงสร้างพื้นฐาน**</u> ● **เมืองเป้าหมาย นครสวรรค์** – เมืองที่มีศักยภาพด้านการขนส่งระบบราง ● พัฒนาพื้นที่รอบสถานีขนส่งระบบรางในเมืองที่มีศักยภาพที่สำคัญ และบริเวณเมืองชายแดนที่มีศักยภาพ รวมทั้งบริเวณใกล้พื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน ● **ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง 2558 – 2565** ● การพัฒนาโครงข่ายรถไฟระหว่างเมือง เช่น สายปากน้ำโพ-เด่นชัย	+ เมืองเป้าหมายและเมืองใกล้เคียงได้รับการพัฒนาด้านระบบการขนส่งที่เชื่อมต่อกับระบบราง + เกิดความเชื่อมโยงทางการค้าในห่วงโซ่มูลค่าระหว่างภาคการผลิตและกระจายสินค้าทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ
<u>**ยุทธศาสตร์ด้านการค้า / เขตเศรษฐกิจพิเศษ / การค้าชายแดน**</u> ● **ตำแหน่งยุทธศาสตร์การค้า (กระทรวงพาณิชย์)**	+ ต่อยอดให้เกิดการพัฒนาผลผลิตที่มีความหลากหลายและมีการใช้นวัตกรรมเพื่อสร้างสินค้าอุตสาหกรรมที่โดดเด่นยิ่งขึ้น + เกิดความเชื่อมโยงทางการค้าในห่วงโซ่มูลค่าระหว่างภาคการผลิตและกระจายสินค้าทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ
<u>**แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด**</u> ● **วิสัยทัศน์กลุ่มจังหวัด**	

นโยบาย / แผนยุทธศาสตร์	ผลกระทบ (+ เชิงบวก / - เชิงลบ)
"เป็นศูนย์กลางธุรกิจข้าว สินค้าเกษตรปลอดภัย การท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมล้ำค่าระดับประเทศ" ● **จุดเน้นยุทธศาสตร์ (Positioning)** 1. การยกระดับคุณภาพและมาตรฐานสินค้าเกษตรปลอดภัย 2. การท่องเที่ยวธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่ได้มาตรฐาน ● **ประเด็นยุทธศาสตร์** 1. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน กระบวนการผลิตข้าว และสินค้าเกษตรปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ 2. ส่งเสริมการแปรรูป การตลาด และการกระจายสินค้าเกษตร เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน 3. พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวตามมาตรฐานเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ	+ เพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งภาคอุตสาหกรรมสมัยใหม่ เกษตรแปรรูป และท่องเที่ยว ให้กับกลุ่มจังหวัด + สร้างมูลค่าเพิ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การผลิต แปรรูป การตลาด และการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ + การพัฒนาด้านการเกษตรและการท่องเที่ยวจะทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังประชาชนอย่างทั่วถึง

3.4.3 การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญจากข้อมูลตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนาของพื้นที่ (Benchmarking)

หลังจากที่มีการวิเคราะห์ผลกระทบเชิงนโยบาย และยุทธศาสตร์สำคัญ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External Factors) ที่เข้ามากระทบแล้ว พื้นที่ยังจะต้องมีการวิเคราะห์ศักยภาพของปัจจัยภายใน (Internal Factors) ด้วยจึงได้มีการนำเครื่องมือที่มีชื่อว่า การวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดของกระทรวงมหาดไทย (MOI Benchmarking) เข้ามาใช้ และประเมินผลการดำเนินงานเชิงเปรียบ เทียบกับพื้นที่อื่นๆ ของประเทศผ่านตัวชี้วัดในด้านต่างๆ ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อประเมินถึงจุดแข็ง และจุดอ่อนในแต่ละด้าน

อย่างไรก็ตาม ด้วยขอบเขตของการศึกษาที่มุ่งเน้นในเรื่องของเศรษฐกิจเป็นสำคัญ จึงได้มีการคัดเลือกและหยิบยกเฉพาะตัวชี้วัดทางด้านเศรษฐกิจขึ้นมาวิเคราะห์ประเด็นสำคัญเป็นหลัก ซึ่งมีรายละเอียด ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.10-5: สรุปตัวชี้วัดที่สำคัญต่อพื้นที่กลุ่มที่ 10

ตัวชี้วัดที่สำคัญ	คะแนน	หน่วยวัด	อันดับ
อัตราพึ่งพิง*	51.40	ร้อยละ	15
คนอายุ 15 -60 ปีเต็ม มีอาชีพและมีรายได้	98.24	ร้อยละ	9
คนอายุมากกว่า 60 ปีเต็มขึ้นไป มีอาชีพและมีรายได้	94.64	ร้อยละ	7
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	19.46	ร้อยละ	7
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	43.93	ร้อยละ	1

ตัวชี้วัดที่สำคัญ	คะแนน	หน่วยวัด	อันดับ
ผลผลิตสินค้าเกษตรสำคัญต่อไร่	2,627	กก.ต่อไร่	2
อัตราการเพิ่มของผลผลิตสินค้าเกษตรเฉลี่ย	7.80	ร้อยละ	4
อัตราส่วนฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์ม (GAP) ต่อจำนวนฟาร์มทั้งหมด	3.19	ร้อยละ	6
จำนวนโรงงาน / สปก ผลิตสินค้าเกษตรและอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP / HACCP	8	แห่ง	16
สัดส่วนรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตรต่อรายได้เงินสดสุทธิของครัวเรือนเกษตร	47.83	ร้อยละ	3
สัดส่วนหนี้เสียต่อปริมาณเงินให้กู้ยืม (ร้อยละ)*	2.04	ร้อยละ	2
สัดส่วนปริมาณเงินกู้ยืมต่อรายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตร (ร้อยละ)*	144	ร้อยละ	8
สัดส่วนหนี้ในระบบต่อหนี้ทั้งหมด	98.41	ร้อยละ	10
อัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนเกษตรกรในพื้นที่	2.72	ร้อยละ	6
สัดส่วนปริมาณพืชพลังงานต่อสินค้าเกษตรทั้งหมด	81.99	ร้อยละ	6
สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาอุตสาหกรรมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	23.77	ร้อยละ	9
อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด	-4.77	ร้อยละ	17
อัตราเงินเฟ้อ*	-1.73	ร้อยละ	17
ผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย	45,654.33	บาท / คน / ปี	12
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม	22.45	ร้อยละ	13
สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดสาขาการขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคมต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์	3.62	ร้อยละ	10
ปริมาณการใช้น้ำมันดีเซล	578,687.38	พันลิตร	11
ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน	179,669.63	พันลิตร	15
ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าเฉลี่ยต่อราย*	3,985.27	กิโลวัตต์/ชั่วโมง/ราย	7

ที่มา : ฐานข้อมูลระบบการวัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดของกระทรวงมหาดไทย (MOI Benchmarking)

หมายเหตุ : *ตัวชี้วัดแบบผกผัน

จากข้อมูลตัวชี้วัดข้างต้น หากวิเคราะห์และพิจารณาตามแนวคิด Quartile โดยเป็นการนำตัวชี้วัดของกลุ่มพื้นที่ทั้ง 18 กลุ่มทั้งหมดมาเรียงลำดับ และจัดแบ่งเป็นกลุ่ม 4 กลุ่ม ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.10-6: การจักตำแหน่งตามแนวคิด Quartile เพื่อระบุศักยภาพการพัฒนา

Quartile	ระดับศักยภาพ	ช่วงอันดับ
Quartile 1	ดีมาก	1 - 4
Quartile 2	ดี	5 - 8
Quartile 3	ปานกลาง	9 - 13
Quartile 4	ต้องปรับปรุง	14 - 18

- **สรุปประเด็นการวิเคราะห์ตัวชี้วัดระดับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด**

จากตัวชี้วัดข้างต้น จึงสามารถสรุปประเด็นทางด้านศักยภาพในภาพรวมขอพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 10 ซึ่งประกอบไปด้วยจังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดพิจิตร จังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดอุทัยธานี ได้ดังนี้

1) สถานการณ์ทางด้านแรงงานในกลุ่มจังหวัดอยู่ในระดับปานกลางเนื่องจากสัดส่วนคนมีงานทำในคนวัยทำงานอยู่ในระดับกลางเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น [คนอายุ 15 - 60 ปีเต็ม มีอาชีพและมีรายได้ (9)] และหากพิจารณาร่วมกับตัวชี้วัดทางด้านผลิตภาพแรงงาน ก็กล่าวได้ว่าแรงงานของกลุ่มจังหวัด มีศักยภาพ ระดับปานกลางเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น [ผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย (12)]
2) อัตราการพึ่งพิงไม่ค่อยดีนักเนื่องจากจำนวนประชากรกลุ่มเด็กและผู้สูงอายุสูงกว่าประชากรในวัยทำงานค่อนข้างมากเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น แต่การที่คนมีอายุ 60 ปีขึ้นไปมีอาชีพและรายได้อยู่ในระดับดี ทำให้ปัญหาถูกบรรเทาไปได้บ้าง [คนอายุมากกว่า 60 ปีเต็มขึ้นไป มีอาชีพและมีรายได้ (7), อัตราพึ่งพิง (15)]
3) ในภาพรวมเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดมีอัตราการขยายตัวในระดับต้องปรับปรุง [อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด (17)] เนื่องจากราคาข้าวซึ่งเป็นผลผลิตหลักของกลุ่ม ตกต่ำ ทำให้ไม่มีตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจหลัก แม้ว่าจากข้อมูลเศรษฐกิจล่าสุด ภาคบริการ [สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (13), สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดสาขาการขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคมต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์ (10)] จะเป็นเพียงภาคเดียวที่มีการเติบโตเป็นบวก แต่ก็น้อยมาก ไม่สามารถฉุดภาพรวมให้ขึ้นมาได้
4) สัดส่วนภาคการเกษตรและอุตสาหกรรมต่อเนื่องการเกษตรของกลุ่มจังหวัด ถือว่าอยู่ในระดับค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับกลุ่มจังหวัดอื่น [สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (7), สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (1)] แต่หากพิจารณาจากข้อมูลในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2556 – 2558 พบว่าภาคการเกษตรหดตัวอย่างต่อเนื่องและในอัตราที่รุนแรง

3.4.4 การวิเคราะห์ SWOT ของพื้นที่กลุ่มที่ 10

จากการประมวลและวิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบาย และยุทธศาสตร์ ซึ่งสะท้อนในมุมของปัจจัยภายนอก (External Factors) และการวิเคราะห์ประเด็นตัวชี้วัดการวัดระดับการพัฒนา ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของปัจจัยภายใน (Internal Factors) นั้นจึงสามารถนำข้อมูลทั้งหมดมาทบทวนประเด็นศักยภาพ (SWOT) ของพื้นที่ในภาพรวม โดยอ้างอิงจากข้อมูลที่มีอยู่เดิม ได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)

S1 ผลผลิตภาคเกษตรหลากหลายและมีปริมาณมาก (เช่น มันสำปะหลัง อ้อย ที่สามารถแปรรูปเป็นทั้งพืชอาหารและพืชพลังงาน)

S2 พื้นที่เหมาะสมต่อการเกษตร ประมง และปศุสัตว์

S3 เป็นตลาดการค้าข้าวที่สำคัญระดับประเทศ

S4 มีแหล่งน้ำตามธรรมชาติขนาดใหญ่

S5 มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายครอบคลุมมิติทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม

S6 จุดเชื่อมโยงการค้า โลจิกติกส์และบริการระหว่างภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออก

S7 โครงข่ายเส้นทางคมนาคมสายหลักเชื่อมโยง ทั้งทางบก ทางน้ำและระบบราง

S8 การกำหนดเขตการใช้ที่ดินอย่างเหมาะสม

S9 มีเครือข่ายการศึกษาที่มีความพร้อมที่สนับสนุนต่อการพัฒนายุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัด

S10 สินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ (ข้าว มันสำปะหลัง อ้อย ปศุสัตว์ ประมง) มีศักยภาพ ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ

S11 เป็นทางแยกระหว่างการไปภาคเหนือตอนบน 1 (ล้านนาตะวันตก) และ ภาคเหนือตอนบน 2 (ล้านนาตะวันออก) ทั้งทางบกและทางน้ำ (เป็นจุดแวะพักสำหรับคนเดินรถทางไกล)

S12 มีไซโลเก็บข้าวที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย (พิจิตร)

S13 มีวัดที่ขึ้นชื่อจำนวนมากในพิจิตร นครสวรรค์ และอุทัยธานี

S14 เป็นที่ตั้งของแหล่งมรดกโลกทางธรรมชาติ ห้วยขาแข้ง และมีป่าแม่วงศ์ที่ขึ้นชื่อ

S15 มีแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ที่สมบูรณ์ (กำแพงเพชร)

S16 เคยเป็นชุมทางการค้าทางน้ำในอดีต เคยมีตลาดกลางข้าวที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ

จุดอ่อน (Weaknesses)

W1 ทัศนคติ ค่านิยม พฤติกรรมของเกษตรกรที่ยังไม่ ปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสถานการณ์เปลี่ยนแปลง

W2 การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำที่ยังไม่เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

W3 ผู้ประกอบการค้าส่วนใหญ่ขาดทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ ขาดการจัดการสมัยใหม่ และขาดระบบ การจัดการข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อการค้าของโลก

W4 การทำการตลาดเชิงรุกด้านการท่องเที่ยวยังอยู่ใน ขอบเขต จำกัด

W5 พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ลุ่มน้ำเสี่ยงต่อการเกิดอุทกภัย

W6 เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่นำทักษะ/ความรู้เทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตพัฒนาผลิตภัณฑ์

W7 ระบบการบริหารจัดการของกลุ่มจังหวัดยังมีข้อจำกัดในการบริหารและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่มีประสิทธิภาพ

W8 แหล่งน้ำตามธรรมชาติหลายแห่งไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่

W9 ศักยภาพด้านอุตสาหกรรมยังไม่หลากหลาย อุตสาหกรรมการแปรรูปการเกษตรไม่หลากหลาย

โอกาส (Opportunities)

O1 ความนิยมบริโภคอาหารปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ

O2 การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

O3 นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล

O4 ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและนโยบาย 4.0

O5 นโยบายด้านอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน

O6 กรอบแผนงานความร่วมมือระหว่างประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (GMS)

O7 นโยบายและแผนงานการบริหารจัดการน้ำอย่างเป็นระบบ

O8 ประเทศเมียนมาร์กำลังพัฒนาการเกษตร ผลิตเครื่องจักรกลการเกษตรส่งออกไปเมียนมาร์ หรือให้ผู้ประกอบการไปลงทุนที่ประเทศเมียนมาร์ ตั้งโรงงานประกอบแล้วส่งชิ้นส่วนที่ผลิตที่นครสวรรค์และพิจิตรไปประกอบที่เมียนมาร์

O9 ผู้คนนิยมเดินทางไหว้พระมากขึ้น

O10 นโยบายรัฐเรื่องการช่วยเหลือเกษตรกรในรูปแบบต่างๆ

อุปสรรค (Threats)

T1 ราคาพลังงานเชื้อเพลิงที่ลดลงทำให้ขาดแรงจูงใจในการพัฒนาพืชพลังงาน

T2 ความมั่นคงและเสถียรภาพทางการเมืองของประเทศทำให้การลงทุนจากต่างประเทศเพิ่มน้อย

T3 ภัยธรรมชาติ ภาวะความแห้งแล้ง และอุทกภัย สร้างความเสียหายต่อปัจจัยทุนของการผลิตโดยเฉพาะสาขาเกษตร

T4 การเปิดเสรีการค้าในกรอบความตกลงต่างๆ เช่น ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เขตการค้าเสรี (FTA) ฯลฯ ทำให้การแข่งขันสูงขึ้น

T5 การชะลอตัวของภาวะเศรษฐกิจโลกส่งผลต่อความผันผวนของราคาผลผลิตทางการเกษตรและปัจจัยการผลิต

T6 ภาวการณ์ชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า

จากการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 10 ด้วยข้อมูลด้านเศรษฐกิจที่สำคัญของพื้นที่จังหวัดกลุ่มที่ 10 รวมถึงข้อมูลผลกระทบของด้านโยบายสำคัญที่ถูกถ่ายทอดมายังพื้นที่จังหวัด ประกอบกับการวิเคราะห์แผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง สามารถวิเคราะห์ได้ถึงแนวทางการพัฒนาที่สำคัญของพื้นที่จังหวัดและสามารถสรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของพื้นที่กลุ่ม 10 ซึ่งจะแสดงออกในรูปแบบจุดเน้น หรือตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของพื้นที่และมีผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โดยในการฝึกอบรมเพื่อพัฒนารูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้นำแนวคิดของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) และห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) เข้ามาปรับใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนเพื่อให้การขับเคลื่อนมีทิศทางที่ชัดเจนมากที่สุด ซึ่งมีสรุปผลการอบรมเชิงปฏิบัติการของแต่ละจังหวัดในกลุ่มที่ 10 ดังนี้

3.4.5 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดกำแพงเพชร

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดกำแพงเพชร

จังหวัดกำแพงเพชร ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

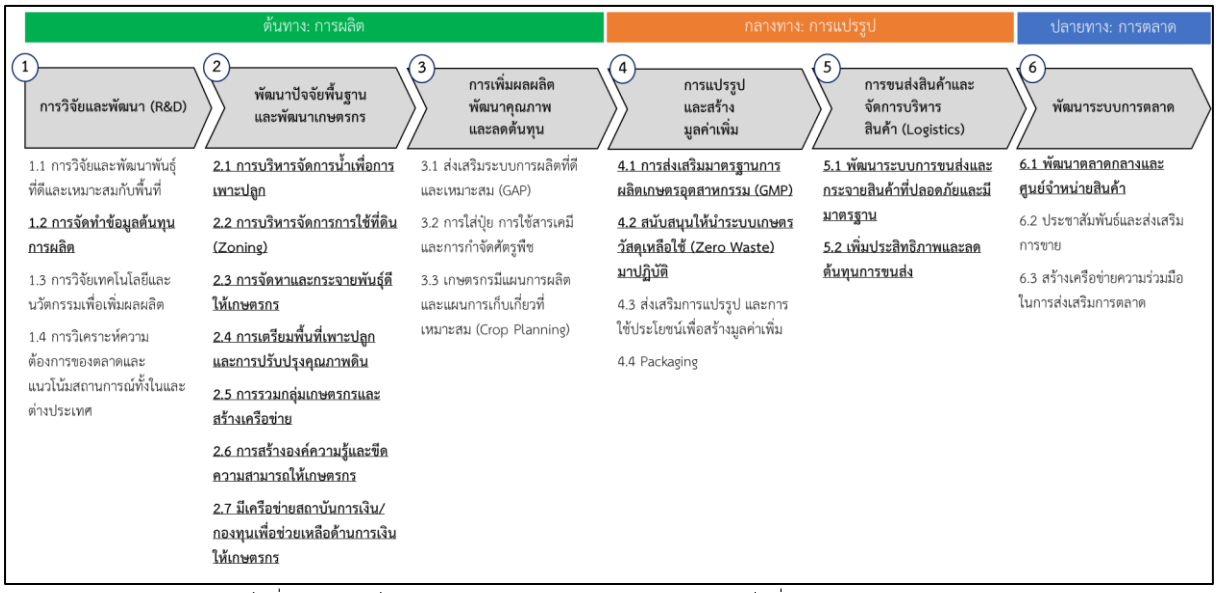
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
กล้วยไข่	– ถ้าคิดถึงกล้วยไข่ จะคิดถึงกำแพงเพชร – เป็นกล้วยเนื้อแน่น เปลือกบาง รสชาติหวานหอม ออกมากช่วงเดือน กันยายนถึงพฤศจิกายน – หลายจังหวัดนิยมนำไปปลูก และได้รับความนิยมบริโภคเพิ่มขึ้นจากแนวโน้มการบริโภคเพื่อสุขภาพ เป็นโอกาสของจังหวัดกำแพงเพชร เจ้าของสายพันธุ์ ที่จะปลูกพันธุ์ขายให้กับจังหวัดอื่นนำไปปลูกกันทั่วประเทศ
ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและประวัติศาสตร์	– มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่เป็นที่นิยมของชาวต่างชาติและเหมาะกับการท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร และพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นวัดปราสาท – มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและเชิงนิเวศน์ที่สำคัญเป็นองค์ประกอบเสริม เช่น สวนเกษตรบ้านลุงฮุย อุทยานแห่งชาติแม่วงก์ อุทยานแห่งชาติน้ำตกคลองลาน

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: กล้วยไข่</u>

ภายใต้ประเด็นกล้วยไข่ ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่ สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) กล้วยไข่ ของจังหวัดกำแพงเพชร



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.1 การวิจัยและพัฒนาพันธุ์ ที่ดีและเหมาะสมกับพื้นที่ 1.3 การวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มผลผลิต
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	3.1 ส่งเสริมระบบการผลิตที่ดีและเหมาะสม (GAP) 3.2 การใส่ปุ๋ย การใช้สารเคมี และการกำจัดศัตรูพืช 3.3 เกษตรกรมีแผนการผลิตและแผนการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม (Crop Planning)
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.3 ส่งเสริมการแปรรูป และการใช้ประโยชน์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม 4.4 Packaging
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.2 ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย 6.3 สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการส่งเสริมการตลาด

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[1]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1 การวิจัยและพัฒนาพันธุ์ ที่ดีและเหมาะสมกับพื้นที่	การศึกษาพันธุ์กล้วยไข่ที่เหมาะสมในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร	- ปัจจุบันมีกล้วยไข่ จำนวน 2 สายพันธุ์ ได้แก่ 1) พันธุ์พื้นเมือง 2) พันธุ์เกษตรศาสตร์2 - แต่ละพันธุ์มีลักษณะเด่นที่แตกต่างกัน แต่ยังไม่มีการศึกษาว่าพันธุ์ใดมีความเหมาะสมในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร เช่น พันธุ์ที่ให้ผลผลิตสูงสุด ผลตอบแทนต่อไร่สูงสุด เป็นต้น	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
1.3 การวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มผลผลิต / วิธีป้องกันต้นกล้วยล้ม	ศึกษารูปแบบที่เหมาะสมในการป้องกันกล้วยไข่ไม่ให้ได้รับผลกระทบจากพายุ	- กล้วยไข่จะได้รับผลกระทบจากลมพายุจึงควรหาวิธีการลดอัตราการสูญเสียกล้วยไข่จากลมพายุ	สนง.เกษตรจังหวัดกำแพงเพชร
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตกล้วยไข่จังหวัดกำแพงเพชร	- เกษตรกรยังมีการปลูกกล้วยไข่ตามองค์ความรู้และประสบการณ์เดิม ยังไม่มีการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม เช่น Zoning by Agri Map, การใช้ปุ๋ยตามค่าวิเคราะห์ดิน ซึ่งการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม จะมีผลทำให้ลดต้นทุนการผลิตและมีผลผลิตที่เพิ่มขึ้น	สนง.เกษตรจังหวัดกำแพงเพชร
4.3 ส่งเสริมการแปรรูป และการใช้ประโยชน์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม	การใช้หยวกกล้วยไข่เพื่อลดต้นทุนอาหารสัตว์	- การนำเอาต้นกล้วยซึ่งเป็นวัสดุเหลือใช้ในขบวนการผลิตกล้วยไข่ มาใช้เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ โดยนำมาผสมกับวัตถุดิบอาหารสัตว์ชนิดอื่นๆ หรือ นำมาหมักร่วมกับกากน้ำตาลและเกลือ แล้วนำไปใช้เป็นอาหารหมู ไก่พื้นเมือง หรือ โค กระบือ เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของต้นกล้วยที่จากเดิมจะถูกตัดทิ้งและไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์ และลดต้นทุนค่าอาหารสัตว์	สนง.ปศุสัตว์จังหวัดกำแพงเพชร

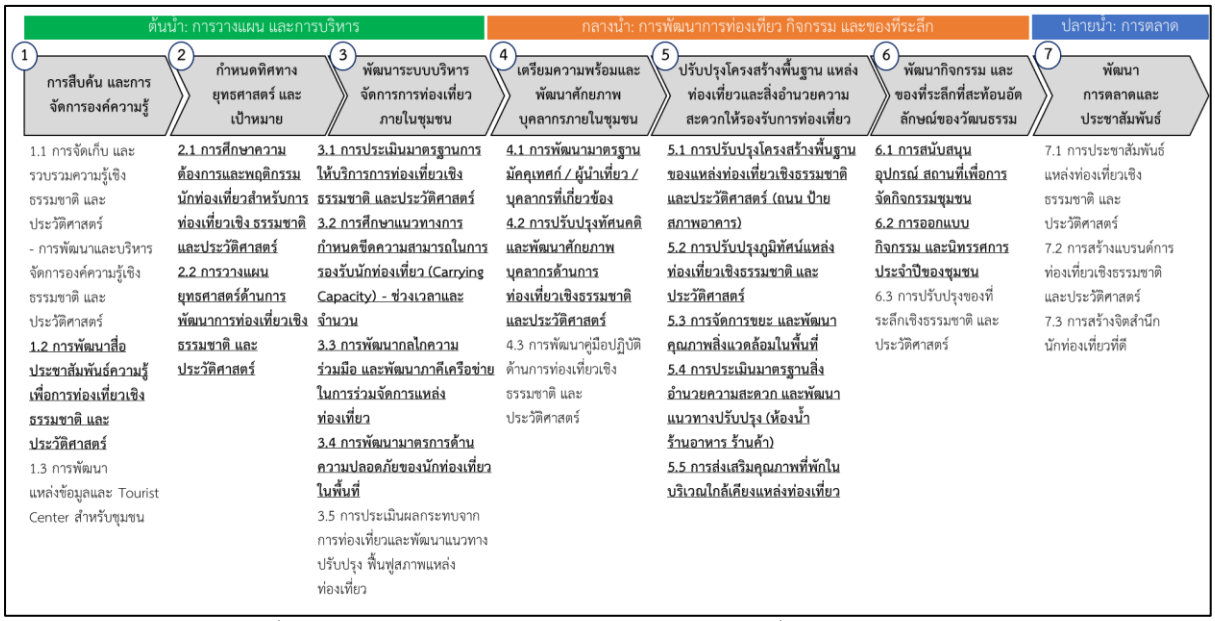
[1]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[1]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
4.4 Packaging	การพัฒนาบรรจุภัณฑ์กล้วยไข่ เพื่อเพิ่มมูลค่า	- พัฒนาบรรจุภัณฑ์กล้วยไข่ เพื่อรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ - สะดวกต่อการขนส่งและส่งมอบ - สื่อให้เห็นถึงอัตลักษณ์ คุณค่าและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ - บอกเล่าเรื่องราวเพื่อสร้างการจดจำและเน้นความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัดกำแพงเพชร	สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดกำแพงเพชร
6.2 ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย 6.3 สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการส่งเสริมการตลาด	ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์กล้วยไข่กำแพงเพชร	- Amazing Thai Taste: การทำอาหารจากกล้วยไข่ - การส่งเสริมสินค้า GI - ไทยเท่: ผลิตภัณฑ์ชุมชน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์</u>

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่ สำคัญ ตั้งแต่ 1) การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้ 2) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย 3) พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน 4) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในชุมชน 5) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 6) พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม และ 7) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ ของจังหวัดกำแพงเพชร



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้	1.1 การจัดเก็บ และรวบรวมความรู้เชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ 1.3 การพัฒนาแหล่งข้อมูลและ Tourist Center สำหรับชุมชน
4. เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในชุมชน	4.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์
7.พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ 7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[2]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1 การจัดเก็บและรวบรวมความรู้เชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์	จัดตั้งศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร	- เพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลแหล่งความรู้สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร และเป็นศูนย์บริการนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร
1.3 การพัฒนาแหล่งข้อมูลและ Tourist Center สำหรับชุมชน	Application เดียวเที่ยวกำแพงเพชร	- ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร โรงแรม / จากภาคเอกชน จะส่งไปรวบรวมในAPP ซึ่งผู้ใช้งานสามรถใช้ได้อย่างสะดวก เข้าถึงได้ง่าย - มีการลงทะเบียนการใช้งาน APP ผ่านเว็บไซด์	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร
4.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์	ปรับปรุงข้อมูลคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและประวัติศาสตร์	- ปรับปรุง พัฒนารูปแบบให้ทันสมัย ชัด /เจน สื่อสารชัดเจน รับรู้ได้ ปฏิบัติเข้าใจง่ายและสะดวก - เผยแพร่สื่อออนไลน์ /Social Media / ป้าย LED / ตัววิ่งตามแยกถนนหลักและชุมชน / จอทัชสกรีนตามร้านอาหาร /Info graphic	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / ททท. สาขา
7.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์	โครงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร	1. สร้างการรับรู้ข้อมูลจังหวัดให้กับนักท่องเที่ยว 2. ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว 3. สร้างงานสร้างรายได้ให้กับจังหวัด	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร
7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์	สร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและประวัติศาสตร์จังหวัดกำแพงเพชร	1. เกิดแบรนด์ของจังหวัดที่เป็นที่ยอมรับอย่างชัดเจนทั่วถึง 2. สามารถสื่อถึงการท่องเที่ยวของจังหวัดในวงกว้าง 3. เชื่อมโยงภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวทุกภาคส่วน/ทุกช่องทาง	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร

[2]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดกำแพงเพชร

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด โดยในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน มีสรุปรายละเอียดดังนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: กล้วยไข่

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- ถ้าคิดถึงกล้วยไข่ จะคิดถึงกำแพงเพชร
- เป็นกล้วยเนื้อแน่น เปลือกบาง รสชาติหวานหอม ออกมากช่วงเดือน กันยายนถึงพฤศจิกายน
- หลายจังหวัดนิยมนำไปปลูก และได้รับความนิยมบริโภคเพิ่มขึ้นจากแนวโน้มการบริโภคเพื่อสุขภาพ

เป็นโอกาสของจังหวัดกำแพงเพชร เจ้าของสายพันธุ์ ที่จะปลูกพันธุ์ขายให้กับจังหวัดอื่นนำไปปลูกกันทั่วประเทศ

ตารางที่ 3.10-7: เนื้อที่เพาะปลูกเนื้อที่เก็บเกี่ยวผลผลิต และผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ กล้วยไข่

ปี พ.ศ.	เนื้อที่เพาะปลูก (ไร่)	เนื้อที่เก็บเกี่ยว (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ (กก.)
2552	4,928	3,123	10,079	3,227
2553	3,794	2,642	5,139	1,945
2555	3,175	2,155	12,155	3,070
2556	2,820	1,415	3,924	2,411
2557	2,822	1,516	3,357	2,214
2558	2,534	2,220	5,322	2,215

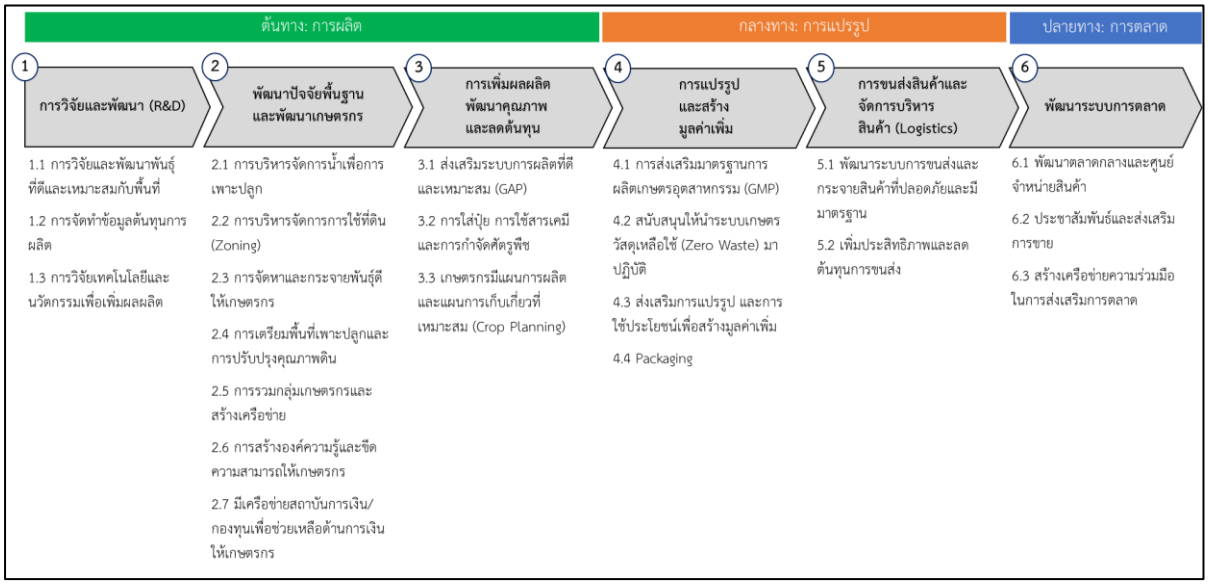
ที่มา: สำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชร (2559)

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ(Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.10-1: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) กล้วยไข่ ของจังหวัดกำแพงเพชร



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.10-8: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[3]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.2 การจัดทำข้อมูลต้นทุนการผลิต	การจัดทำข้อมูลต้นทุนการผลิตกล้วยไข่	สำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชร	- โครงการ Agri Map - โครงการหาต้นทุนการเกษตร
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	ส่งเสริมการผลิตการจัดการผลผลิต	สำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชร	- ส่งเสริมให้เกษตรกรพัฒนาปัจจัยพื้นฐานในการเกษตรกรรมเพื่อเพิ่มผลผลิต
4.1 การส่งเสริมมาตรฐานการผลิตเกษตรอุตสาหกรรม (GMP) 4.2 สนับสนุนให้นำระบบเกษตรวัสดุเหลือใช้ (Zero Waste) มาปฏิบัติ	การพัฒนาคุณภาพ มาตรฐานสินค้าด้านการเกษตร	สำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชร	- การส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานในการผลิตระดับ GMP และการพัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากผลลิตทางการเกษตร
5.1 พัฒนาระบบการขนส่งและกระจายสินค้าที่ปลอดภัยและมีมาตรฐาน 5.2 เพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่ง	การส่งเสริมการผลิตและจัดการผลผลิตในจังหวัด	สำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชร	- ส่งเสริมให้มีการรวมตัวเกษตรกรเพื่อการจัดการผลผลิตทางด้านเกษตรกรรม ให้เกิดการลดต้นทุนในการขนส่ง

[3]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

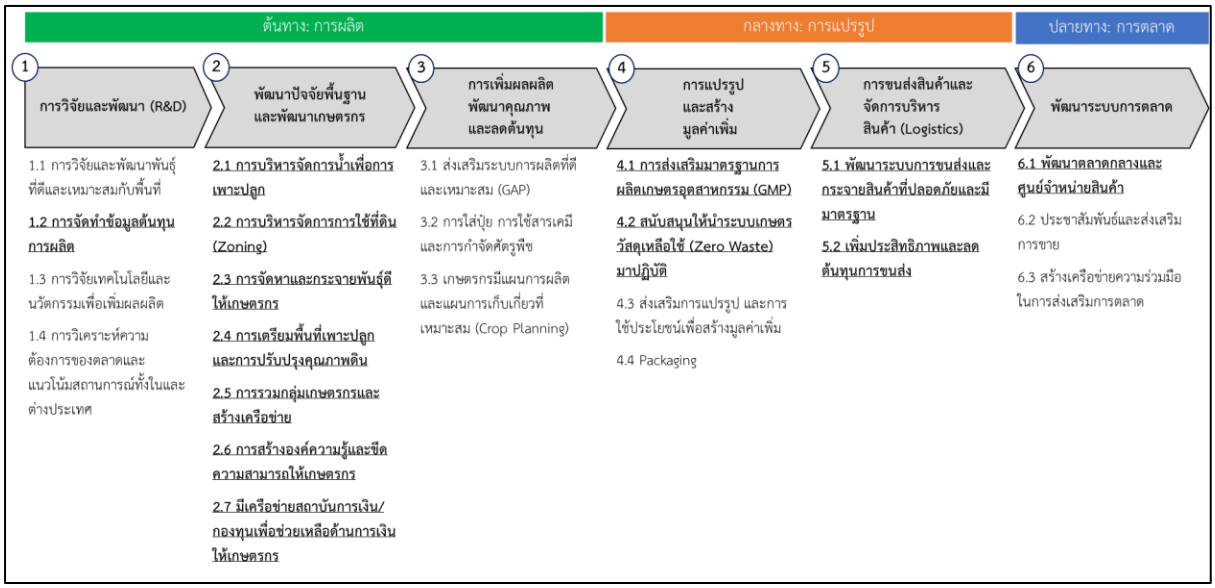
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
6.1 พัฒนาตลาดกลางและศูนย์จำหน่ายสินค้า	ตลาดมอ	สำนักงานพาณิชย์จังหวัด	- จัดทำตลาดสินค้าเพื่อเป็นศูนย์กลางสินค้าเกษตรของจังหวัด

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.10-9: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	1.1 การวิจัยและพัฒนาพันธุ์ ที่ดีและเหมาะสมกับพื้นที่ 1.3 การวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มผลผลิต
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน	3.1 ส่งเสริมระบบการผลิตที่ดีและเหมาะสม (GAP) 3.2 การใส่ปุ๋ย การใช้สารเคมี และการกำจัดศัตรูพืช 3.3 เกษตรกรมีแผนการผลิตและแผนการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม (Crop Planning)
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.3 ส่งเสริมการแปรรูป และการใช้ประโยชน์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม 4.4 Packaging
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.2 ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย 6.3 สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการส่งเสริมการตลาด

แผนภาพที่ 3.10-2: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) กล้วยไข่ ของจังหวัดกำแพงเพชร



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดกำแพงเพชร

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหาหรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.10-10: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[4]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1 การวิจัยและพัฒนาพันธุ์ที่ดีและเหมาะสมกับพื้นที่	การศึกษาพันธุ์กล้วยไข่ที่เหมาะสมในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร	- ปัจจุบันมีกล้วยไข่ จำนวน 2 สายพันธุ์ ได้แก่ 1) พันธุ์พื้นเมือง 2) พันธุ์เกษตรศาสตร์ 2 - แต่ละพันธุ์มีลักษณะเด่นที่แตกต่างกัน แต่ยังไม่มีการศึกษาว่าพันธุ์ใดมีความเหมาะสมในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร เช่น พันธุ์ที่ให้ผลผลิตสูงสุด ผลตอบแทนต่อไร่สูงสุด เป็นต้น	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
1.3 การวิจัยเทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อเพิ่มผลผลิต / วิธีป้องกันต้นกล้วยล้ม	ศึกษารูปแบบที่เหมาะสมในการป้องกันกล้วยไข่ไม่ให้ได้รับผลกระทบจากพายุ	- กล้วยไข่จะได้รับผลกระทบจากลมพายุจึงควรหาวิธีการลดอัตราการสูญเสียกล้วยไข่จากลมพายุ	สนง.เกษตรจังหวัดกำแพงเพชร

[4]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตกล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชร	- เกษตรกรยังมีการปลูกกล้วยไข่ตามองค์ความรู้และประสบการณ์เดิม ยังไม่มีการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม เช่น Zoning by Agri Map, การใช้ปุ๋ยตามค่าวิเคราะห์ดิน ซึ่งการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม จะมีผลทำให้ลดต้นทุนการผลิตและมีผลผลิตที่เพิ่มขึ้น	สำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชร
4.3 ส่งเสริมการแปรรูป และการใช้ประโยชน์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม	การใช้หยวกกล้วยไข่เพื่อลดต้นทุนอาหารสัตว์	- การนำเอาต้นกล้วยซึ่งเป็นวัสดุเหลือใช้ในขบวนการผลิตกล้วยไข่ มาใช้เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ โดยนำมาผสมกับวัตถุดิบอาหารสัตว์ชนิดอื่นๆ หรือ นำมาหมักร่วมกับกากน้ำตาลและเกลือ แล้วนำไปใช้เป็นอาหาร หมู ไก่พื้นเมือง หรือ โค กระบือ เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของต้นกล้วยที่จากเดิมจะถูกตัดทิ้งและไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์ และลดต้นทุนค่าอาหารสัตว์	สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดกำแพงเพชร
4.4 Packaging	การพัฒนาบรรจุภัณฑ์กล้วยไข่ เพื่อเพิ่มมูลค่า	- พัฒนาบรรจุภัณฑ์กล้วยไข่ เพื่อรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ - สะดวกต่อการขนส่งและส่งมอบ - สื่อให้เห็นถึงอัตลักษณ์ คุณค่าและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ - บอกเล่าเรื่องราวเพื่อสร้างการจดจำและเน้นความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัดกำแพงเพชร	สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดกำแพงเพชร
6.2 ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย 6.3 สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการส่งเสริมการตลาด	ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์กล้วยไข่กำแพงเพชร	- Amazing Thai Taste: การทำอาหารจากกล้วยไข่ - การส่งเสริมสินค้า GI - ไทยเท่: ผลิตภัณฑ์ชุมชน	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: การศึกษาพันธุ์กล้วยไข่ที่เหมาะสมในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร
ที่มา / หลักการและเหตุผล: - ปัจจุบันพันธุ์กล้วยไข่ที่ปลูกเพื่อการค้ามี 2 ชนิด ได้แก่ 1.พันธุ์พื้นเมือง 2. พันธุ์เกษตรศาสตร์ 2 แต่ยังไม่มีการศึกษารวบรวมข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบผลผลิตและผลตอบแทนต่อเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร - ควรศึกษาความเหมาะสมและผลตอบแทนของพันธุ์กล้วยไข่ทั้ง 2 สายพันธุ์
สรุปแนวคิดโครงการ • ปัจจุบันมีกล้วยไข่ จำนวน 2 สายพันธุ์ ได้แก่ 1) พันธุ์พื้นเมือง 2) พันธุ์เกษตรศาสตร์ 2 • แต่ละพันธุ์มีลักษณะเด่นที่แตกต่างกัน แต่ยังไม่มีการศึกษาว่าพันธุ์ใดมีความเหมาะสมในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร เช่น พันธุ์ที่ให้ผลผลิตสูงสุด ผลตอบแทนต่อไร่สูงสุด เป็นต้น
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. ศึกษาสภาพและปัญหาของกล้วยไข่แต่ละสายพันธุ์ 2. ปลูกกล้วยไข่ เพื่อเปรียบเทียบในสภาพการผลิตของเกษตรกรในแต่ละพื้นที่ ได้แก่ อ.คลองลาน, อ.โคสัมพีนคร, อ.เมือง, อ.คลองขลุง, และ อ.ชาณุวรลักษบุรี จำนวน 20 แปลง (แปลงละ 5 ไร่) 3. จัดเก็บข้อมูลและสรุปข้อมูล 4. รายงานผลการศึกษาและเผยแพร่
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1. Zoning by Agri-Map 2. ระบบชลประทาน 3. หน่วยงานสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ / มรภ.กำแพงเพชร
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ผลลัพธ์: จังหวัดกำแพงเพชรมีข้อมูลเพื่อใช้ในการส่งเสริมให้เกษตรกรใช้ประกอบในการตัดสินใจในการปลูกกล้วยไข่
ผลผลิต: ได้พันธุ์กล้วยไข่ที่เหมาะสมแต่ละพื้นที่
ตัวชี้วัดของโครงการ: มีผลการศึกษาที่เหมาะสมกับพื้นที่อย่างน้อย ด้าน เช่น 2 พันธุ์ที่ให้ผลผลิตสูงสุด และ ผลตอบแทนต่อไร่สูงสุด

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ศึกษาสภาพและปัญหาของกล้วยไข่แต่ละสายพันธุ์	ตุลาคม-กันยายน	50,000	1. ขุดดิน Zoning 2. แหล่งน้ำ 3. เครื่องจักรกลทางการเกษตร เช่น เครื่องสูบน้ำ	1. สนง.เกษตรจังหวัด 2. สถานีพัฒนาที่ดิน 3. โครงการชลประทาน 4. กรมวิชาการเกษตร 5. มหาวิทยาลัยราชภัฏ กพ. 6. หน่วยงานสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	
2. ปลูกเปรียบเทียบในสภาพการผลิตของเกษตรกรในแต่ละพื้นที่ จำนวน 5 อำเภอๆละ 8 แปลงๆละ 5 ไร่ รวม 200 ไร่	ตุลาคม-กันยายน	1,000,000			
3. จัดเก็บข้อมูลและสรุปข้อมูล	ตุลาคม-กันยายน	50,000			
4.รายงานผลการศึกษาและเผยแพร่	ตุลาคม-พฤศจิกายน	50,000			

ชื่อโครงการ: โครงการศึกษารูปแบบที่เหมาะสมในการป้องกันกล้วยไข่ไม่ให้ได้รับผลกระทบจาก
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ปัญหาของการปลูกกล้วยไข่ที่เกษตรกรมักจะประสบอยู่เป็นประจำทุกๆ ปี และเป็นสาเหตุที่ทำให้เกษตรกรเลิกปลูกกล้วยไข่แล้วหันไปปลูกพืชอื่นทดแทนก็คือ ลมพายุพัดต้นกล้วยไข่ ดังนั้นจึงควรมีการศึกษารูปแบบหรือวิธีการในการป้องกันไม่ให้ต้นกล้วยไข่ได้รับผลกระทบจากลมพายุ
สรุปแนวคิดโครงการ กล้วยไข่จะได้รับผลกระทบจากลมพายุจึงควรหาวิธีการลดอัตราการสูญเสียกล้วยไข่จากลมพายุ
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • ศึกษารูปแบบป้องกันต้นกล้วยไข่ไม่ให้ได้รับผลกระทบจากลมพายุ • ออกแบบและทดลองในพื้นที่จริง • จัดเก็บรวบรวมข้อมูล • วิเคราะห์ผล • สรุปและรายงานผล
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • ศึกษาวิจัย: หน่วยงานสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์, สถาบันการศึกษา, ภาคเอกชน • ออกแบบและทดลองในพื้นที่จริง: ปราชญ์เกษตรกร, เกษตรกร • ประชาสัมพันธ์เผยแพร่
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง. เกษตรจังหวัดกำแพงเพชร
ผลลัพธ์: เกษตรกรมีองค์ความรู้ในการป้องกันความเสียหายจากลมพายุ
ผลผลิต: รูปแบบที่เหมาะสมในการลดผลกระทบจากลมพายุ
ตัวชี้วัดของโครงการ: มีรูปแบบการลดผลกระทบที่เหมาะสมอย่างน้อย รูปแบบ 2

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ศึกษารูปแบบการป้องกัน	ตุลาคม-พฤศจิกายน	100,000	- เกษตรกร - ปราชญ์เกษตรกร - เกษตรกรต้นแบบ	สนง.เกษตรจังหวัด / กรมวิชาการเกษตร และหน่วยงานสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	
2. ออกแบบและทดลองในพื้นที่จริง	พฤศจิกายน-ธันวาคม	200,000			
3. จัดเก็บรวบรวมข้อมูล	มกราคม-กันยายน	50,000			
4. วิเคราะห์ผล	สิงหาคม-กันยายน	50,000			
5. สรุปและรายงานผล	สิงหาคม-กันยายน	100,000			

ชื่อโครงการ: โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตกล้วยไข่จังหวัดกำแพงเพชร

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

จังหวัดกำแพงเพชรมีการปลูกกล้วยไข่มาเป็นระยะเวลานาน ประกอบกับเกษตรกรส่วนใหญ่มีอายุสูงและปลูกกล้วยไข่โดยใช้องค์ความรู้และประสบการณ์เดิม ดังนั้นจึงควรมีการจัดให้มีการถ่ายทอดความรู้ใหม่ๆและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จในการปลูกกล้วยไข่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตกล้วยไข่ให้ได้คุณภาพ สามารถแข่งขันในตลาดได้

สรุปแนวคิดโครงการ

เกษตรกรยังมีการปลูกกล้วยไข่ตามองค์ความรู้และประสบการณ์เดิม ยังไม่มีการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม เช่น Zoning by Agri Map, การใช้ปุ๋ยตามค่าวิเคราะห์ดิน ซึ่งการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม จะมีผลทำให้ลดต้นทุนการผลิตและมีผลผลิตที่เพิ่มขึ้น

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. ถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีที่เหมาะสม เช่น GAP, เกษตรกรต้นแบบที่ประสบความสำเร็จ
2. เก็บตัวอย่างวิเคราะห์ดิน
3. คำนวณสูตรปุ๋ยตามค่าวิเคราะห์ดิน

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. ฝึกอบรม ศึกษาดูงาน
2. เก็บตัวอย่างเพื่อวิเคราะห์ดิน
3. คำนวณสูตรทั้งปุ๋ย

ทั้ง 3 กลไกนี้โดยหน่วยงานสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชร

ผลลัพธ์: ผลผลิตกล้วยไข่จังหวัดกำแพงเพชร มีคุณภาพและผ่านการรับรองตามมาตรฐาน GAP

ผลผลิต: เกษตรกรมีความรู้ในการปลูกกล้วยไข่ตามการผลิตสินค้าเกษตรที่ดีและเหมาะสม (GAP)

ตัวชี้วัดของโครงการ:

1. เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไข่อย่างน้อย 60% ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิต GAP
2. ต้นทุนการผลิตลดลง 20%
3. ผลผลิตเพิ่มขึ้น 20%

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. กำหนดเป้าหมาย	กรกฎาคม-กันยายน		1. ชุดทดสอบวิเคราะห์ดิน 2. เกษตรกรต้นแบบ	หน่วยงานสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	
2. ประชุมชี้แจงเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง	กรกฎาคม-กันยายน	20,000			
3. อบรมให้ความรู้	กรกฎาคม-กันยายน	200,000			
4. ศึกษาดูงาน	กรกฎาคม-กันยายน				
5. อบรมการทดสอบชุดดิน	กรกฎาคม-กันยายน				
6. เก็บตัวอย่างดินเพื่อการวิเคราะห์	กรกฎาคม-กันยายน	20,000			
7. คำนวณสูตรปุ๋ยตามค่าวิเคราะห์ดิน	กรกฎาคม-กันยายน	20,000			

ชื่อโครงการ: การใช้หยวกกล้วยไข่เพื่อลดต้นทุนอาหารสัตว์

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

กล้วยไข่ ถือเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญชนิดหนึ่งของจังหวัดกำแพงเพชร แต่ในขบวนการผลิตกล้วยไข่ เมื่อเก็บเกี่ยวผลผลิตแล้วจะมีส่วนของต้นกล้วยที่ไม่ถูกนำมาใช้ประโยชน์หลังจากตัดเครือกล้วยไปแล้ว หรือ กรณีที่ต้นกล้วยไข่ถูกลมพัดเสียหาย ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ทางเลือก ใช้ผสมเป็นส่วนประกอบในอาหารสัตว์ เช่น หมู ไก่พื้นเมือง โคลาน กระบือ เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของต้นกล้วยที่จากเดิมจะถูกตัดทิ้ง และไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์ และเป็นการลดต้นทุนค่าอาหารของเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์

สรุปแนวคิดโครงการ

การนำเอาต้นกล้วยซึ่งเป็นวัสดุเหลือใช้ในขบวนการผลิตกล้วยไข่ มาใช้เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ โดยนำมาผสมกับวัตถุดิบอาหารสัตว์ชนิดอื่นๆ หรือ นำมาหมักร่วมกับกากน้ำตาลและเกลือ แล้วนำไปใช้เป็นอาหาร หมู ไก่พื้นเมือง หรือ โค กระบือ เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของต้นกล้วยที่จากเดิมจะถูกตัดทิ้งและไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์ และลดต้นทุนค่าอาหารสัตว์

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. การนำเอาต้นกล้วย ซึ่งเป็นวัสดุเหลือใช้ในขบวนการผลิตกล้วยไข่ มาเป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ โดยนำมาหมักกับกากน้ำตาลและผสมวัตถุดิบอาหารสัตว์ชนิดอื่น
2. ส่งเสริมเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ให้ใช้ต้นกล้วยหมักมาผสมอาหารสัตว์ เพื่อลดต้นทุนค่าอาหาร

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. สนง.ปศุสัตว์จังหวัด
2. สนง.เกษตรจังหวัด

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดกำแพงเพชร

ผลลัพธ์: เกษตรกรที่ผลิตกล้วยไข่ สามารถนำสิ่งที่เหลือจากการผลิตกล้วยไข่มาเป็นส่วนผสมในอาหารสัตว์

ผลผลิต: เกษตรกรเข้าร่วมโครงการจำนวน 100 ราย

ตัวชี้วัดของโครงการ:

เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ สามารถลดต้นทุนค่าอาหารสัตว์ ได้มากกว่า 10%

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. คัดเลือกเกษตรกร	มกราคม-มีนาคม			สนง.ปศุสัตว์จังหวัด	
2. อบรมให้ความรู้	มีนาคม-เมษายน	15,000			
3. แจกปัจจัยการผลิต	มีนาคม-เมษายน	350,000			
4. ติดตามประเมินผล	เมษายน-กันยายน	150,000			

ชื่อโครงการ: โครงการการพัฒนาบรรจุภัณฑ์กล้วยไข่ เพื่อเพิ่มมูลค่า

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ปัจจุบันกล้วยไข่กำแพงเพชร ยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่จะสามารถปกป้องและรักษาผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในสภาพที่ดี และไม่สื่อความหมายในเชิงอัตลักษณ์ ไม่มีรายละเอียดบ่งบอกถึงคุณค่าและประโยชน์ที่จะโฆษณาต่อผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น ดังนั้นจึงควรมีการจัดทำบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เด่นของจังหวัด

สรุปแนวคิดโครงการ

- พัฒนาบรรจุภัณฑ์กล้วยไข่ เพื่อรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์
- สะดวกต่อการขนส่งและส่งมอบ
- สื่อให้เห็นถึงอัตลักษณ์ คุณค่าและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์
- บอกเล่าเรื่องราวเพื่อสร้างการจดจำและเน้นความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัดกำแพงเพชร

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- จัดจ้างที่ปรึกษาดำเนินการดังนี้

1. ฝึกอบรมให้ความรู้การออกแบบละพัฒนาบรรจุภัณฑ์, องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่ดีและความรู้อื่น ๆที่เกี่ยวข้องต่อการพัฒนา
2. ศึกษาดูงานศูนย์ออกแบบบรรจุภัณฑ์
3. วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผลิตภัณฑ์
4. ออกแบบบรรจุภัณฑ์และส่วนประกอบอื่นๆที่เอื้อต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เช่น Logo, Sticker, Tag, คุณค่าทางโภชนาการ, Stories
5. พิจารณาแบบร่วมกันระหว่างผู้ผลิต ผู้ออกแบบ และหน่วยงานจัดจ้าง
6. ปรับปรุงแก้ไขแบบร่าง
7. พิจารณาแบบร่างที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว
8. จัดทำต้นแบบเสมือนจริง
9. พิจารณาต้นแบบเสมือนจริงร่วมกัน
10. จัดทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์
11. จัดนิทรรศการแสดงผลงาน พร้อมส่งมอบต้นแบบบรรจุภัณฑ์
12. ติดตามประเมินผล
13. สรุปผลการดำเนินโครงการ

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. ตั้งคณะทำงาน, คณะกรรมการตามระเบียบพัสดุ
2. ร่าง TOR, ราคากลาง
3. สรรหาผู้รับจ้างและดำเนินการตามขั้นตอนของงานพัสดุ
4. ประชาสัมพันธ์โครงการ, รับสมัคร, สรรหาผู้เข้าร่วมโครงการ
5. ดำเนินการตามขั้นตอนของโครงการ
6. สรุปผลที่ได้: ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ / ความคุ้มค่า / ประโยชน์ที่ประชาชน/จังหวัดจะได้

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: เกษตร/เกษตรและสหกรณ์/พัฒนาชุมชน/พาณิชย์/มรก.กำแพงเพชร/สนง.จังหวัด

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดกำแพงเพชร
ผลลัพธ์: 1. ผลิตภัณฑ์กล้วยไข่ มีบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย มีอัตลักษณ์ สามารถปกป้องและรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้อย่างดี 2. เกษตรผู้ผลิตกล้วยไข่ มีความรู้ในเรื่องการเลือกใช้และการออกแบบบรรจุภัณฑ์เบื้องต้น
ผลผลิต: ผลิตภัณฑ์กล้วยไข่ ซึ่งเป็นสินค้าประจำจังหวัดกำแพงเพชร ได้รับการพัฒนาหรือเพิ่มคุณค่าและมูลค่า
ตัวชี้วัดของโครงการ: การรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์กล้วยไข่มีอายุยาวขึ้นอีก 3 วัน หลังจากวันบรรจุ

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ฝึกอบรมให้ความรู้บรรจุภัณฑ์ 200 ราย	กันยายน 60 – ตุลาคม 61	4,000,000		สนง. อุตสาหกรรมจังหวัดกำแพงเพชร	
2. ศึกษาดูงานบรรจุภัณฑ์ 200 ราย					
3. ออกแบบและจัดทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งมอบให้เกษตรกร 200 ราย					

ชื่อโครงการ: โครงการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์กล้วยไข่กำแพงเพชร

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

เนื่องจากจังหวัดกำแพงเพชรเป็นจังหวัดที่มีการผลิตกล้วยไข่เป็นสินค้าเกษตรขึ้นชื่อของจังหวัด และเป็นผลไม้ที่นิยมทานโดยทั่วไปในพื้นที่จังหวัด และมีการผลิตและจำหน่าย สร้างรายได้ให้กับคนกำแพงเพชร ดังนั้นเพื่อเป็นการส่งเสริมให้กล้วยไข่กำแพงเพชร เป็นที่ยอมรับในต่างจังหวัด ส่งเสริมให้กล้วยไข่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ สร้างอัตลักษณ์และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

สรุปแนวคิดโครงการ:

- Amazing Thai Taste: การทำอาหารจากกล้วยไข่
- การส่งเสริมสินค้า GI
- ไทยเท่: ผลิตภัณฑ์ชุมชน

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. การทำประชาสัมพันธ์กิจกรรม Road Show กล้วยไข่กำแพงเพชร
2. การจัดแข่งขันการทำอาหารจากกล้วยไข่ และทำ GI กล้วยไข่
3. กิจกรรมพัฒนาเกษตรด้านการวางแผนและการส่งเสริมการตลาด
4. การสร้าง Landmark เมืองกล้วยไข่แหล่งเรียนรู้การทำเกษตรกล้วยไข่

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สนง. เกษตรจังหวัด / สนง. พัฒนาชุมชน / สนง. พาณิชย์จังหวัด / สนง. ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร

ผลลัพธ์:

1. กล้วยไข่เป็นผลไม้ที่ได้รับความนิยมของนักท่องเที่ยวและคนทั่วไป
2. เกษตรกรมีรายได้จากการผลิตและจำหน่ายกล้วยไข่

ผลผลิต:

- เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของจังหวัด
- GDP ของจังหวัดเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กล้วยไข่มากขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา
- เกษตรกรนิยมปลูกและแปรรูปกล้วยไข่ เป็นเกษตรทางเลือกเพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. กิจกรรมพัฒนาศักยภาพเกษตรกรด้านการวางแผนและการส่งเสริมการตลาด	ม.ค.-มี.ค. 61	500,000		สนง.พาณิชย์จังหวัด	
2. การทำประชาสัมพันธ์กิจกรรม Road Show กล้วยไข่กำแพงเพชร	เม.ย.-พ.ค. 61	2,000,000		สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด สนง.พาณิชย์จังหวัด	
3. การสร้าง Landmark เมืองกล้วยไข่และศูนย์เรียนรู้การปลูกและแปรรูปกล้วยไข่	ม.ค.-ก.ย. 61	5,000,000		สำนักงานจังหวัด	
4. การจัดแข่งขันการทำอาหารจากกล้วยไข่และการทำ GI กล้วยไข่	ก.ย.-ต.ค. 61	1,000,000		สนง.เกษตรจังหวัด/ สนง. ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด	

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่เป็นที่นิยมของชาวต่างชาติและเหมาะกับการท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร และพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นวัดปราสาท
- มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและเชิงนิเวศน์ที่สำคัญเป็นองค์ประกอบเสริม เช่น สวนเกษตรบ้านลุงฮุย อุทยานแห่งชาติแม่วงก์ อุทยานแห่งชาติน้ำตกคลองลาน

ตารางที่ 3.10-11: จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ปี 2556 – 2558

รายการ	นครสวรรค์			กำแพงเพชร			พิจิตร			อุทัยธานี		
	2556	2557	2558	2556	2557	2558	2556	2557	2558	2556	2557	2558
จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน (คน)	1,231,014	1,241,250	1,661,391	597,903	1,241,250	1,661,391	407,679	422,856	805,398	464,815	479,723	650,353
๑) นักท่องเที่ยว	738,271	734,274	974,004	358,847	734,274	975,004	217,792	227,801	448,970	218,869	224,394	302,649
- ชาวไทย	726,585	722,975	961,242	352,414	722,975	961,242	216,431	226,458	447,327	215,863	221,416	298,981
- ชาวต่างชาติ	11,686	11,299	12,762	6,433	11,299	12,762	1,361	1,343	1,643	3,006	2,978	3,668
๒) นักทัศนาจร	492,743	506,976	687,387	239,056	506,976	687,387	189,887	195,005	356,428	245,946	255,329	347,704
- ชาวไทย	477,066	491,532	661,791	226,927	491,532	661,791	186,960	192,101	352,890	244,375	253,714	345,695
- ชาวต่างชาติ	15,677	15,444	25,596	12,129	15,444	25,596	2,927	2,954	3,538	1,571	1,615	2,009
รายได้จากการท่องเที่ยว (ลบ.)	2,221.98	13.2,271	71.3,196	1,028.22	13.2,271	71.3,196	597.65	05.619	33.1,277	640.01	49.676	40.1,000
- ชาวไทย	2,167.86	220.218,	50.3,127	989.09	20.2,218	50.3,127	590.97	32.612	56.1,268	629.50	85.665	53.986
- ชาวต่างชาติ	54.12	93.5	21.69	39.13	93.52	21.69	6.68	73.6	77.8	10.51	64.10	87.13

ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 พ.ศ. 2561-2564

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ(Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.10-3: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร

3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.10-12: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[5]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.2	โครงการจัดเก็บและพัฒนาองค์ความรู้ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	สำรวจข้อมูลในชุมชน จัดเก็บข้อมูล พร้อมนำมาประชาสัมพันธ์และสื่อสารในรูปแบบของสิ่งพิมพ์
2.1	โครงการศึกษาพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	สำรวจและศึกษาพฤติกรรมทางด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
2.2	การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว	ททท.	การวางแผนการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด
3.1	โครงการพัฒนามาตรฐานการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	ให้ความรู้ถึงแนวทางการให้บริการที่เป็นการพัฒนาองค์ประกอบทางด้านการท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นมาตรฐาน
3.2 / 3.3	คู่มือการปฏิบัติงานในแหล่งท่องเที่ยว / แนวทางการปฏิบัติตัวของท่องเที่ยว	ชุมชน	แหล่งชุมชนจะกำหนดแนวทางการดำเนินงานของผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชน พร้อมกำหนดกรอบระเบียบที่ควร หรือไม่ควรของนักท่องเที่ยว
3.4	โครงการติดตั้ง CCTV เพื่อตรวจสอบความปลอดภัย	สนง.จังหวัด	ติดตั้งกล้อง CCTV ในบริเวณพื้นที่สำคัญของจังหวัด
4.1 / 4.2	โครงการอบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	พัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถทางด้านการให้บริการด้านการท่องเที่ยวของมัคคุเทศก์และบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่
5.1 / 5.2 / 5.3	โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	สนง.จังหวัด	ปรับปรุงสภาพพื้นที่ และสภาพแวดล้อมในบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว

[5]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

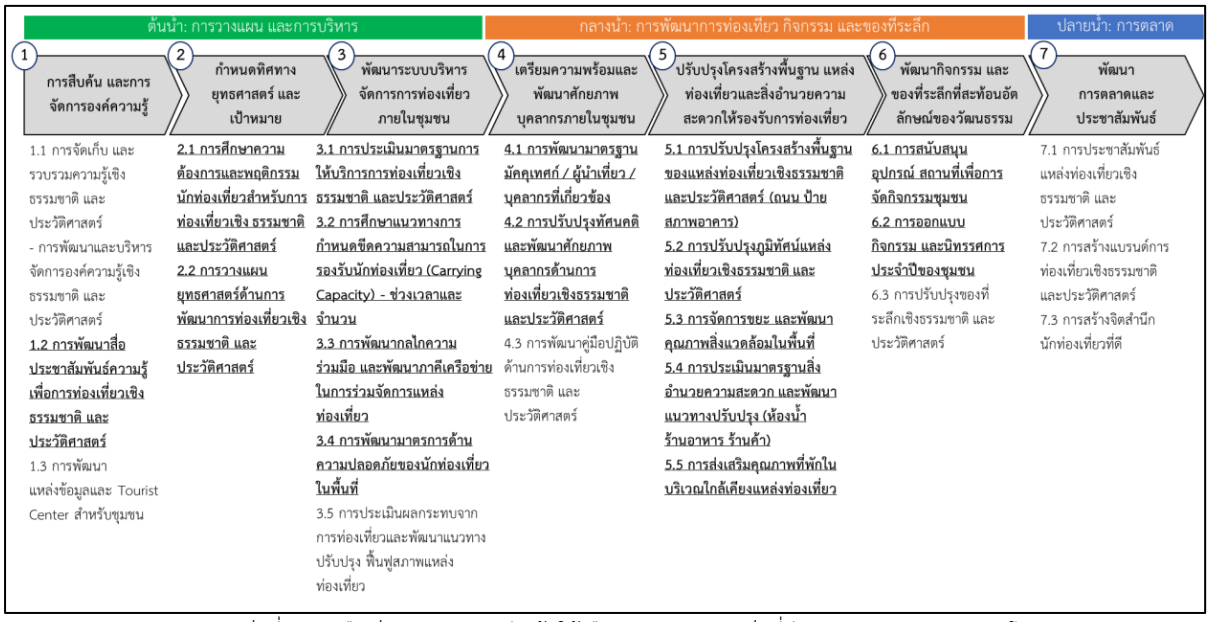
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
5.4	โครงการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม	สนง.ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด	ฝึกอบรมผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวในเรื่องของการจัดการขยะ และการคัดแยกขยะ
5.5	โครงการพัฒนามาตรฐาน Home stay	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมมาตรฐานการให้บริการ Home stay ตามกรอบที่กระทรวงการท่องเที่ยวได้มีการกำหนดขึ้นมา
6.1	โครงการสร้างสรรค์เส้นทางท่องเที่ยว เสน่ห์ถิ่นไทย สไตล์ลึกซึ้ง	ททท.	จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวของจังหวัด
6.2	การส่งเสริมสินค้า OTOP	สนง.พัฒนาชุมชน	พัฒนาสินค้าเพื่อเป็นของที่ระลึกให้ได้มาตรฐาน

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.10-13: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้	1.1 การจัดเก็บ และรวบรวมความรู้เชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ 1.3 การพัฒนาแหล่งข้อมูลและ Tourist Center สำหรับชุมชน
4. เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในชุมชน	4.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์
7.พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ 7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์

แผนภาพที่ 3.10-4: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดกำแพงเพชร

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหา หรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.10-14: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[6]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1 การจัดเก็บ และรวบรวมความรู้เชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์	จัดตั้งศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร	- เพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลแหล่งความรู้สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร และเป็นศูนย์บริการนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร
1.3 การพัฒนาแหล่งข้อมูลและ Tourist Center สำหรับชุมชน	Application เดียวเที่ยวกำแพงเพชร	- ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร โรงแรม / จากภาคเอกชน จะส่งไปรวบรวมในAPP ซึ่งผู้ใช้งานสามรถใช้ได้อย่างสะดวก เข้าถึงได้ง่าย - มีการลงทะเบียนการใช้งาน APPผ่านเว็บไซด์	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร
4.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์	ปรับปรุงข้อมูลคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์	- ปรับปรุง พัฒนารูปแบบให้ทันสมัย ชัดเจน / สือสารชัดเจน รับรู้ได้ ปฏิบัติเข้าใจง่ายและสะดวก - เผยแพร่สื่อออนไลน์ /Social Media / ป้าย LED / ตัววิ่งตามแยกถนนหลักและชุมชน / จอทัชสกรีนตามร้านอาหาร /Info graphic	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด / ททท.สาขา
7.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์	โครงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร	1. สร้างการรับรู้ข้อมูลจังหวัดให้กับนักท่องเที่ยว 2. ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว 3. สร้างงานสร้างรายได้ให้กับจังหวัด	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร
7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์	สร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์จังหวัดกำแพงเพชร	1.เกิดแบรนด์ของจังหวัดที่เป็นที่ยอมรับอย่างชัดเจนทั่วถึง 2. สามารถสื่อถึงการท่องเที่ยวของจังหวัดในวงกว้าง 3. เชื่อมโยงภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวทุกภาคส่วน/ทุกช่องทาง 4. จัดแพ็คเกจการท่องเที่ยวเชื่อมโยงจังหวัดและกลุ่มจังหวัด	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร

[6]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
		5. ประชาสัมพันธ์แบรนด์และโปรแกรมท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องทั้งภายในจังหวัด/ภายนอกจังหวัด	

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: จัดตั้งศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ขาดการจัดเก็บและรวบรวมความรู้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และประวัติศาสตร์
สรุปแนวคิดโครงการ เพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลแหล่งความรู้สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร และเป็นศูนย์บริการนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. ศึกษาความรู้แหล่งท่องเที่ยว 2. รวบรวมและจัดเก็บ 3. เผยแพร่ 4. ติดตามประเมินผล
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1. แต่งตั้งคณะทำงานและประชุมประชาคมชี้แจง/แบ่งงาน 2. ดำเนินงาน (จัดทำแผน / จัดซื้อจัดจ้าง) 3. ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ 4. ติดตามและประเมินผล
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: ททท. ในพื้นที่ ร่วมกับ สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สนง.ประชาสัมพันธ์จังหวัด
ผลลัพธ์: มีแหล่งรวบรวมข้อมูลกลางในการท่องเที่ยว เพื่อศึกษาเรียนรู้และบริการนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ
ผลผลิต: ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1. จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 5% 2. รายได้จากการท่องเที่ยวและบริการเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 5%

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ศึกษาความรู้แหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ข้อมูล/ข้อเท็จจริง	2561-2564	1,000,000	GPS, App.	มหาวิทยาลัยราชภัฏในพื้นที่ / อปท./ ที่ปกครองอำเภอ/ สนง. พระพุทธศาสนา/ อพท./ สนง.วัฒนธรรมจังหวัด/ หอการค้า/โรงแรม	
2. รวบรวมและจัดเก็บ (ไฟล์, เอกสาร, ภาพ, คลิป)		2,000,000			
3. เผยแพร่ (ป้าย, สปอตโฆษณาแผ่นพับ และก่อสร้างศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว)		16,000,000			
4. ติดตามประเมินผล (รวบรวมอัพเดท)					

ชื่อโครงการ: โครงการ Application เดียว เที่ยวกำแพงเพชร
ที่มา / หลักการและเหตุผล: - กำแพงเพชรเป็นจังหวัดที่มีของดีเยอะ แต่ขาดการประชาสัมพันธ์ หรือ ข้อมูลกระจัดกระจาย - เก็บรวบรวมข้อมูลที่น่าสนใจ แสดงผลใน Application ใน สมาร์ทโฟน - มีช่องทางให้นักท่องเที่ยวได้แสดงความพึงพอใจ
สรุปแนวคิดโครงการ - ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว/ ร้านอาหาร โรงแรม จากภาคเอกชน จะส่งไปรวบรวมใน APP ซึ่งผู้ใช้งานสามรถใช้ได้อย่างสะดวก เข้าถึงได้ง่าย - มีการลงทะเบียนการใช้งาน APP ผ่านเว็บไซด์
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ - เก็บรวบรวมข้อมูล สถานที่ท่องเที่ยว, โรงแรมที่พัก, ร้านอาหาร - แสดงผลผ่าน Application ในสมาร์ทโฟน
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง - ท่องเที่ยว - สำนักงานจังหวัด - โรงแรมที่พัก (เอกชน) - ประชาสัมพันธ์จังหวัด
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร
ผลลัพธ์: ได้ Application เก็บรวบรวมข้อมูลที่น่าสนใจ
ผลผลิต: ยอดดาวน์โหลดการนำไปใช้
ตัวชี้วัดของโครงการ: ยอดเช็คพ็อยท์ของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 30% จากที่มีอยู่เดิม

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. แต่งตั้งคณะทำงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	1 ก.ย. 60 – 31 ต.ค. 61	1,000,000		สำนักงานจังหวัด/ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ เอกชน/ สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด	
2. สรุปความต้องการของการจัดเก็บข้อมูล					
3. จัดจ้าง สร้างเว็บไซด์สำหรับจัดเก็บข้อมูลและพัฒนา Application					
4. ประชาสัมพันธ์ให้ Application ถึงผู้ใช้					

ชื่อโครงการ: โครงการปรับปรุงข้อมูลคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ข้อมูล สารสนเทศ/ถือเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร ถือว่าเป็นปัจจัยหลักที่จะทำให้เกิดเศรษฐกิจภาพรวม และเผยแพร่สิ่งดีๆในจังหวัดให้สาธารณะได้รับรู้เรียนรู้ ข้อมูลคู่มือ/ปฏิบัติการท่องเที่ยวซึ่งต้องปรับปรุงให้ทันสมัย และสามารถรับรู้/ปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง สามารถสื่อสารได้รวดเร็ว ทันเหตุการณ์
สรุปแนวคิดโครงการ - ปรับปรุง / พัฒนารูปแบบให้ทันสมัย ชัดเจน สื่อสารชัดเจน รับรู้ได้ ปฏิบัติเข้าใจง่ายและสะดวก - เผยแพร่สื่อออนไลน์ / Social Media / ป้าย LED / ตัววิ่งตามแยกถนนหลักและชุมชน / จอทัชสกรีนตามร้านอาหาร / Info graphic
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ - ปรับปรุงข้อมูลคู่มือการปฏิบัติเดิมให้ทันสมัย กระชับ ชัดเจน - ปรับปรุงแบบข้อมูลคู่มือปฏิบัติให้เป็นรูปแบบอินโฟกราฟิก - สร้างการรับรู้เรื่องคู่มือปฏิบัติให้ผู้เกี่ยวข้องรับรู้ - ประเมินผล
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง - จัดทำรูปแบบ e-Book / Info graphic - บรรจุใน App.ของ ททท. หรือ App.ที่เกี่ยวข้อง - สามารถดาวน์โหลดหรือเข้าถึงข้อมูลด้วย QR Code บน Smart Phone
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงาน ททท. ในพื้นที่ / สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
ผลลัพธ์: ผู้ปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวหรือผู้เกี่ยวข้องมีความเข้าใจรับรู้สื่อสารในการปฏิบัติท่องเที่ยวที่ชัดเจน บอกต่อให้ผู้อื่นเข้าใจได้
ผลผลิต: คู่มือปฏิบัติที่ทันสมัย มีรูปแบบที่เข้าใจง่าย ชัดเจน ในรูปแบบ e-Book / Info graphic
ตัวชี้วัดของโครงการ: - ระดับความสำเร็จในการปฏิบัติคู่มือท่องเที่ยว - ร้อยละของคู่มือปฏิบัติ/นักท่องเที่ยวที่รับรู้ เข้าใจในคู่มือปฏิบัติท่องเที่ยว

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. แต่งตั้งคณะทำงานปรับปรุงข้อมูลคู่มือปฏิบัติ	ต.ค. 60			สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
2. ประชุมคณะทำงาน	ต.ค. 60	50,000		ฝ่ายเลขา	
3. ดำเนินการปรับข้อมูล/รูปแบบคู่มือ	พ.ย.- ธ.ค. 60	3,000		คณะทำงาน	
4. คณะทำงานตรวจทาน / ทดลองใช้	ม.ค. 60	2,000		คณะทำงาน	
5. จัดทำเอกสารคู่มือ / e-Book	ก.พ. 61	50,000		สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ ฝ่ายเลขา/ ททท. ในพื้นที่	
6. เผยแพร่ / ประชาสัมพันธ์	ก.พ. - ก.ย. 61	10,000	ออนไลน์ / Social Media	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ ททท. ในพื้นที่	
7. ประเมินผล	ก.ย. 61	5,000		สนง.สถิติจังหวัด	

ชื่อโครงการ: โครงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

จังหวัดกำแพงเพชรมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและทางประวัติศาสตร์ มีป่า ภูเขา น้ำตก จุดชมวิวและบ่อน้ำพุร้อน พระร่วงอีกทั้งมีอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรที่ได้รับขึ้นทะเบียนเป็นเมืองมรดกโลกซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่สถิติปี 2558 นักท่องเที่ยวมาเยือนจังหวัดกำแพงเพชรเพียง 396,812 คน แหล่งท่องเที่ยวยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีโครงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร

สรุปแนวคิดโครงการ

1. สร้างการรับรู้ข้อมูลจังหวัดให้กับนักท่องเที่ยว
2. ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว
3. สร้างงานสร้างรายได้ให้กับจังหวัด

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. ตั้งศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว
2. ทำแอพพลิเคชั่น ส่งเสริมการท่องเที่ยว
3. Road Show ของดีเมืองกำแพงเพชร

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. สนง.โยธาและผังเมือง
2. สนง.พัฒนาชุมชน
3. สนง.พาณิชย์
4. สนง.ประชาสัมพันธ์
5. สำนักงานจังหวัด
6. ตำรวจภูธรจังหวัดกำแพงเพชร
7. สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร

ผลลัพธ์:

- จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
- รายได้จากการท่องเที่ยวมีอัตราสูงขึ้น

ผลผลิต:

- ได้ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและทันสมัยเพื่อบริการนักท่องเที่ยว
- นักท่องเที่ยวมีความสามารถในการค้นหาข้อมูลในการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
- นักท่องเที่ยวรู้จักจังหวัดกำแพงเพชรมากขึ้น
- รายได้จากภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดสูงขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ก่อสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จำนวน 1 แห่ง - ภายในศูนย์จะมี Model สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัด - มีศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อบริการ/อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว	ปีงบประมาณ 2561-2562	50,000,000		สนง.โยธาธิการและผังเมือง/ สนง.ท่องเที่ยว	
2. จัดทำ Application เพื่ออำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว/ด้านการเดินทาง/ความปลอดภัย	ปีงบประมาณ 2561-2562	2,000,000		สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ สนง.จังหวัด	
3. จัดงาน Road Show เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัด - จำนวน 10 คัน โดยมี Booth แสดง/PR แหล่งท่องเที่ยว โดยดารา/นักแสดง มาช่วยโปรโมต, จำหน่ายสินค้าของดีเมืองกำแพงเพชร	ปีงบประมาณ 2561-2562	8,000,000		สนง. ประชาสัมพันธ์จังหวัด/ สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด/ สนง.จังหวัด	

ชื่อโครงการ: สร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ จังหวัดกำแพงเพชร

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

เพื่อให้เกิดแบรนด์หรือสัญลักษณ์ที่สื่อถึงจังหวัดกำแพงเพชรในด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและประวัติศาสตร์ ที่บุคคลทั่วไปสามารถทราบและรับรู้ได้ทันทีที่พบเห็นว่าสิ่งนี้คือแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร

สรุปแนวคิดโครงการ

1. เกิดแบรนด์ของจังหวัดที่เป็นที่ยอมรับอย่างชัดเจนทั่วถึง
2. สามารถสื่อถึงการท่องเที่ยวของจังหวัดในวงกว้าง
3. เชื่อมโยงภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวทุกภาคส่วน/ทุกช่องทาง
4. จัดแพ็คเกจการท่องเที่ยวเชื่อมโยงจังหวัดและกลุ่มจังหวัด
5. ประชาสัมพันธ์แบรนด์และโปรแกรมท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องทั้งภายในจังหวัด/ภายนอกจังหวัด

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- ประชาสัมพันธ์การประกวดแบรนด์/สัญลักษณ์ที่สื่อถึงการท่องเที่ยวธรรมชาติและประวัติศาสตร์จังหวัดกำแพงเพชร
- ประชาพิจารณ์ให้เกิดการยอมรับต่อสาธารณชน
- จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์แบรนด์ ทั้งภายใน/นอก จังหวัด
- จัดงานเปิดตัว โครงการท่องเที่ยวและแบรนด์
- จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรในรอบปี /เผยแพร่อย่างกว้างขวางทุกวงการ /ช่องทางสื่อ

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- สร้างความพร้อมด้านสถานที่/บุคลากร/ทรัพยากร คมนาคม / IT
- มอบหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องบูรณาการแผนงาน/ โครงการตามภารกิจให้ชัดเจน
- สนง.กีฬาและท่องเที่ยว/หอการค้าจังหวัด/สนง.อุทยานประวัติศาสตร์/สนง.อุทยานแห่งชาติ/สนง.วัฒนธรรม/สนง.โยธาธิการ/พัฒนาชุมชน

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร

ผลลัพธ์: ได้แบรนด์ด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติและประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร

ผลผลิต:

- ในจังหวัด ร้อยละ 80 ของประชาชน ทราบ/ยอมรับ
- นอกจังหวัด ร้อยละ 60 ของประชาชน ทราบ/ยอมรับ

ตัวชี้วัดของโครงการ:

มีนักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร เพิ่มขึ้นร้อยละ 30 (จากปีก่อนในเวลาเดียวกัน)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ประชาสัมพันธ์การประกวด / รับสมัครประกาศผลแบรนด์การท่องเที่ยว	ส.ค.-ธ.ค. 60	600,000	บูรณาการร่วมกันทุกหน่วยงานทุกภาคส่วนทั้งใน/นอก จังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	ปชส. / ททท / ม.ราชภัฏ / วัฒนธรรม	
2. การทำประชาพิจารณ์และประชาสัมพันธ์แบรนด์การท่องเที่ยวในจังหวัด	ม.ค.-มี.ค. 61	300,000		ปชส. / ททท. / สนจ.	
3. จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางสื่อและกิจกรรมเผยแพร่โปรแกรมการท่องเที่ยวในจังหวัด	เม.ย.-ก.ค. 61	500,000		ททท./ปชส./พช./โยธา / อุทยาน/หอการค้า	
4. กิจกรรมเปิดตัวแบรนด์และโครงการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ	ส.ค.-ธ.ค. 61	3,500,000		จังหวัดกำแพงเพชร/ททท.	

3.4.6 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดพิจิตร

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดพิจิตร

จังหวัดพิจิตร ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

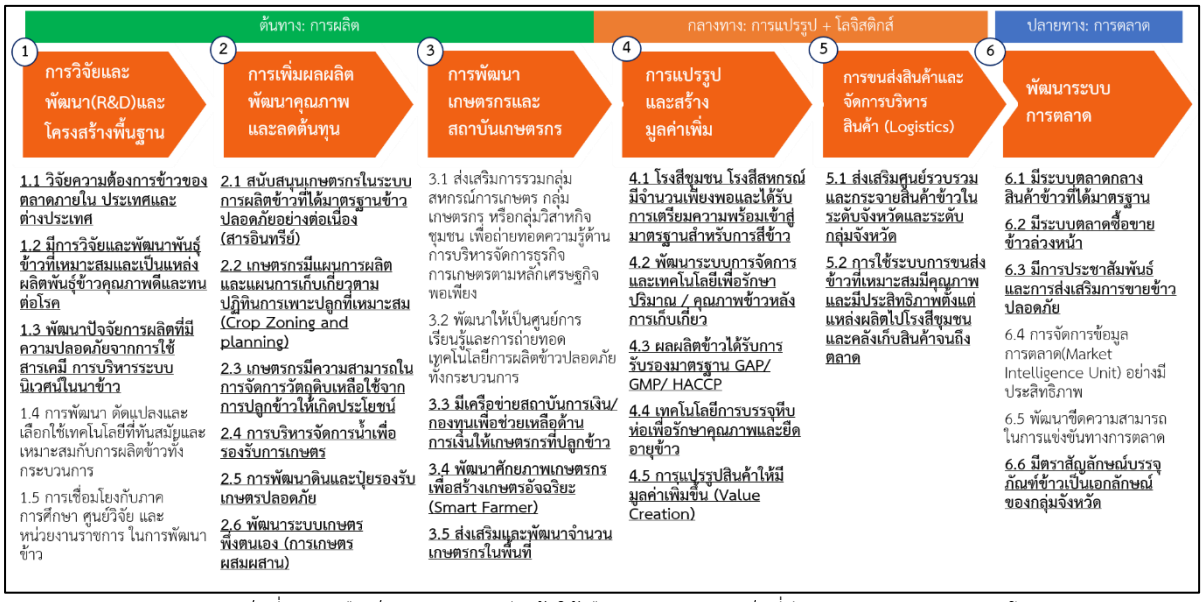
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ข้าวปลอดภัย	- การปลูกข้าวแบบปลอดภัยที่ไม่ใช้สารเคมีจนสามารถลดต้นทุนและ เพิ่มรายได้ให้เกษตรกรอย่างเป็นรูปธรรม - ความต้องการของตลาดมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของรายได้ของผู้บริโภคในประเทศ ทำให้ราคาไม่ตกมากเหมือนข้าวที่ใช้สารเคมีทั่วไป - รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์และข้าวปลอดภัยมากขึ้น ทำให้มีความช่วยเหลือผ่านโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวกับข้าวปลอดภัยออกมาจากภาครัฐในหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง
ท่องเที่ยวเชิงประเพณี	- มีประเพณีและวัฒนธรรมที่ขึ้นชื่อได้แก่ การแข่งขันเรือยาวประเพณี และ งานประเพณีกำฟ้า มีวัดที่มีชื่อเสียงเป็นจำนวนมาก

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวปลอดภัย</u>

ภายใต้ประเด็นข้าวปลอดภัย ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวิจัยและพัฒนา (R&D) และโครงสร้างพื้นฐาน 2) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน 3) การพัฒนาเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics) และ 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวปลอดภัยของจังหวัดพิจิตร



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวิจัยและพัฒนา (R&D) และโครงสร้างพื้นฐาน	1.4 การพัฒนา ดัดแปลงและเลือกใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเหมาะสมกับการผลิตข้าวทั้งกระบวนการ 1.5 การเชื่อมโยงกับภาคการศึกษา ศูนย์วิจัย และหน่วยงานราชการ ในการพัฒนาข้าว
2. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	2.1 สนับสนุนเกษตรกรในระบบการผลิตข้าวที่ได้มาตรฐานข้าวปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง (สารอินทรีย์) 2.2 เกษตรกรมีแผนการผลิต และแผนการเก็บเกี่ยวตามปฏิทินการเพาะปลูกที่เหมาะสม (Crop Zoning and planning) 2.5 การพัฒนาดินและปุ๋ยรองรับเกษตรปลอดภัย 2.6 พัฒนาระบบเกษตรพึ่งตนเอง (การเกษตรผสมผสาน)
3. การพัฒนาเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร	3.1 ส่งเสริมการรวมกลุ่มสหกรณ์การเกษตร กลุ่มเกษตรกร หรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อถ่ายทอดความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจการเกษตรตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง 3.2 พัฒนาให้เป็นศูนย์การเรียนรู้และการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตข้าวปลอดภัยทั้งกระบวนการ 3.4 พัฒนาศักยภาพเกษตรกรเพื่อสร้างเกษตรอัจฉริยะ (Smart Farmer)
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.3 ผลผลิตข้าวได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP/ GMP/ HACCP
5. การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics)	5.2 การใช้ระบบการขนส่งข้าวที่เหมาะสมมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพตั้งแต่แหล่งผลิตไปโรงสีชุมชน และคลังเก็บสินค้าจนถึงตลาด
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.4 การจัดการข้อมูลการตลาด(Market Intelligence Unit) อย่างมีประสิทธิภาพ 6.5 พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง</u> <u>(Gap)</u>	**แนวทางการพัฒนา[7]**		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.4 / 1.5 / 2.2 / 2.5 / 2.6	โครงการพัฒนานวัตกรรมการจัดการเฉพาะพื้นที่เพื่อการส่งเสริมการปลูกข้าวปลอดภัย	- การจัดตั้งคณะอนุกรรมการในแต่ละพื้นที่ - การกำหนด zoning ทางด้านการปลูกข้าวปลอดภัย - ศึกษาและพัฒนาแนวทางการจัดการเพื่อการปลูกข้าวปลอดภัยในพื้นที่เฉพาะ - ศึกษาการพัฒนาการส่งเสริมการทำการเกษตรแบบผสมผสานในรูปแบบที่เหมาะสมกับพื้นที่	สนง.เกษตรจังหวัด
2.1 / 2.5	โครงการขยายผลการสนับสนุนปัจจัยการผลิตแบบอินทรีย์	ขยายพื้นที่การให้การสนับสนุนปัจจัยการเพาะปลูก และการผลิตเกษตรอินทรีย์	สนง.เกษตรจังหวัด
3.1 / 3.2	โครงการส่งเสริมเครือข่ายและยกระดับศักยภาพการเรียนรู้ทางด้านเกษตรปลอดภัย	ส่งเสริมการรวมกลุ่ม / ให้ความรู้ / สนับสนุนปัจจัย	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด
3.4	โครงการพัฒนาผู้นำการเกษตรอัจฉริยะ	กำหนดเกณฑ์และแนวทางการในการคัดเลือกผู้นำเกษตรอัจฉริยะในจังหวัด / พัฒนาองค์ความรู้ / ประชาสัมพันธ์และขยายผลเครือข่ายในพื้นที่	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด
4.3	โครงการจัดตั้งศูนย์ตรวจวัดรับรองคุณภาพสินค้าเกษตรปลอดภัย	จัดตั้งหน่วยงานในการกำหนดเกณฑ์ของการประเมินมาตรฐาน และการตรวจสอบคุณภาพสินค้าการเกษตร	สนง.เกษตรจังหวัด
5.2	โครงการพัฒนาและปรับปรุงโครงข่ายคมนาคมเพื่อการเกษตร	วางแผนโครงข่ายคมนาคม / กำหนดประเภทของการเดินทาง / ปรับปรุงสภาพถนน / ปรับปรุงป้าย	สนง.แขวงทางหลวงชนบท

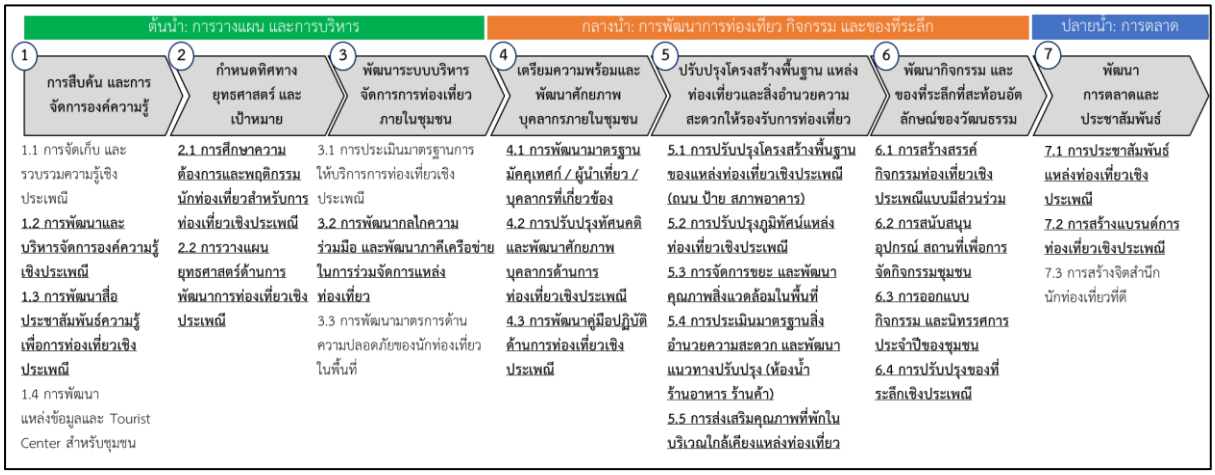
[7]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[7]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
6.4 / 6.5	โครงการพัฒนาฐานข้อมูลทางการตลาดเรื่องข้าว	ออกแบบระบบ จัดหาข้อมูล และให้บริการข้อมูลข่าวสารเรื่องข้าวให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง	สนง.พาณิชย์จังหวัด

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงประเพณี

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยวเชิงประเพณี ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้ 2) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย 3) พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน 4) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในชุมชน 5) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 6) พัฒนากิจกรรมและของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมและ 7) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงประเพณี ของจังหวัดพิจิตร



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้	1.1 การจัดเก็บ และรวบรวมความรู้เชิงประเพณี 1.2 การพัฒนาและบริหารจัดการองค์ความรู้เชิงประเพณี 1.3 การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ความรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงประเพณี 1.4 การพัฒนาแหล่งข้อมูลและ Tourist Center สำหรับชุมชน

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
3. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน	3.1 การประเมินมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงประเพณี 3.3 การพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่
5. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.4 การประเมินมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวก และพัฒนาแนวทางปรับปรุง (ห้องน้ำ ร้านอาหาร ร้านค้า) 5.5 การส่งเสริมคุณภาพที่พักในบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว
7. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.3 การสร้างจิตสำนึกนักท่องเที่ยวที่ดี

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[8]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1 / 1.2 / 1.3	โครงการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่ (Augmented Reality – AR)	นำเทคโนโลยี AR เข้ามาปรับใช้กับการนำเสนอข้อมูล และประชาสัมพันธ์ทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด	สนง.ประชาสัมพันธ์จังหวัด
1.4	โครงการพัฒนาศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว (Tourist Center)	ปรับปรุงและพัฒนาศูนย์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวต่างๆ รองรับการเติบโตทางด้านการท่องเที่ยวในอนาคต	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
3.1 / 3.3 / 5.4 / 5.5	โครงการพัฒนามาตรฐานการบริการทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดพิจิตร	จัดทำแนวทางการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานและการประเมินคุณภาพการให้บริการด้านการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ของจังหวัด	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
7.3	โครงการสร้างการรับรู้ และปรับปรุงทางด้านจิตสำนึกที่ดีด้านการท่องเที่ยวจังหวัดพิจิตร	ส่งเสริมการให้ความรู้ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงแนวทางการปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของจังหวัด และพัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่ในการดูแล และปฏิบัติงานในการจัดการและรับมือกับนักท่องเที่ยว รูปแบบต่างๆ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

[8]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดพิจิตร

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด โดยในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน มีสรุปรายละเอียดดังนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวปลอดภัย

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- การปลูกข้าวแบบปลอดภัยที่ไม่ใช้สารเคมีจนสามารถลดต้นทุนและ เพิ่มรายได้ให้เกษตรกรอย่างเป็นรูปธรรม
- ความต้องการของตลาดมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของรายได้ของผู้บริโภคในประเทศ ทำให้ราคาไม่ตกมากเหมือนข้าวที่ใช้สารเคมีทั่วไป
- รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์และข้าวปลอดภัยมากขึ้น ทำให้มีความช่วยเหลือผ่านโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวกับข้าวปลอดภัยออกมาจากภาครัฐในหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 3.10-15: พื้นที่ปลูกข้าวชนิดต่างๆ (ข้อมูลสะสมตั้งแต่ 1 พ.ค. 59 – 15 ก.ย. 59)

จังหวัด	ข้าวหอมมะลิ	ข้าวหอมปทุม	ข้าวเจ้า	ข้าวเหนียว	ข้าวสี	ข้าวอินทรีย์	รวม
นครสวรรค์	888,834	36,528	1,273,796	7,909	977	44	2,208,088
พิจิตร	**714,136**	**14,428**	**838,190**	**542**	**2,295**	**29**	**1,569,620**
พิษณุโลก	376,770	32,467	735,744	84,059	913	-	1,229,953
กำแพงเพชร	107,540	41,113	935,948	9,852	753	39	1,095,245
เพชรบูรณ์	255,298	22,111	434,278	200,863	3,146	15	915,711
สุโขทัย	151,155	21,862	701,472	25,643	701	-	900,833
อุตรดิตถ์	58,713	141,371	238,782	88,054	1,688	28	528,636
อุทัยธานี	31,525	68,308	378,494	2,453	1,345	81	482,206
ตาก	93,999	4,332	71,669	25,056	339	9	195,404
รวมภาคเหนือตอนล่าง	2,677,970	382,520	5,608,373	444,431	12,157	245	9,125,696

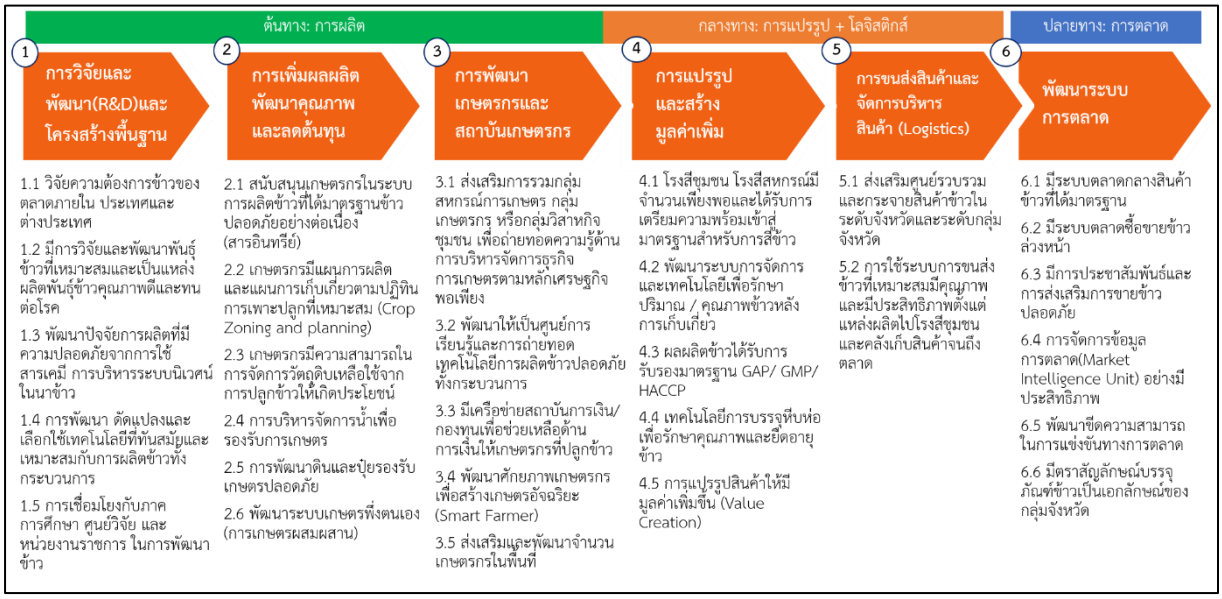
ที่มา: รายงานสถานการณ์การเพาะปลูกข้าวปี 2559/60 รอบที่ 1

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.10-5: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวปลอดภัย ของจังหวัดพิจิตร



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.10-16: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[9]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1	งานวิจัยความต้องการและการส่งออกข้าว (งานประจำ)	สมาคมผู้ส่งออกข้าว/ กรมการข้าว	มีการจัดทำข้อมูลความต้องการ และสถิติการค้าข้าว ภายในประเทศ และต่างประเทศ
1.2	การวิจัยพันธ์ข้าว (งานประจำ)	ศูนย์วิจัยพันธ์ข้าวพิษณุโลก	มีการดำเนินการวิจัยพันธ์ข้าว และแนวทางการปลูกข้าว พร้อมเผยแพร่องค์ความรู้ และพันธ์ไปยังพื้นที่ใกล้เคียง
1.4 / 2.2	เกษตรแปลงใหญ่	กระทรวงเกษตร (Function)	กำหนดพื้นที่ (Zoning) ในการทำการเกษตรขนาดใหญ่ ตามประเภทของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่เหมาะสมกับพื้นที่
2.1	โครงการสนับสนุนปัจจัยการผลิตทางการเกษตรแบบอินทรีย์	สนง.จังหวัดพิจิตร/ สนง. เกษตรจังหวัด	ประเมิน และแจกจ่ายปัจจัยการผลิตทางการเกษตรเพื่อต่อยอดการทำการเกษตรของจังหวัด
2.2	ปฏิทินการข้าว – ล้นเกวียน	กรมการข้าว (Function)	การจัดทำปฏิทินการปลูกข้าวตามฤดูกาลที่เหมาะสม เพื่อให้ชาวนาสามารถกำหนดช่วงเวลาในการเพาะปลูกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

[9]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.3	เอกชนรับซื้อของเหลือใช้มาผลิตเป็นพลังงาน - มีความร่วมมือกับภาคเอกชน	เอกชน	เอกชนมีการรับซื้อวัตถุดิบเหลือใช้จากการทำการเกษตร เพื่อมาผลิตเป็นพลังงาน หรือการใช้งานอื่นๆ เป็นต้น เช่น ฟางข้าวอัดแท่ง เพื่อผลิตเป็นพลังงานฟ้า
2.4	โครงการจัด Zoning ชลประทาน / โครงการก่อสร้างสถานีสูบน้ำ เพื่อส่งเสริมการเกษตรในกลุ่มจังหวัด	โครงการชลประทานจังหวัด	กำหนดแนวของพื้นที่ และระบบชลประทานเพื่อช่วยในการวางแผนการเพาะปลูก / ก่อสร้างสถานีสูบน้ำเพื่อจัดส่งน้ำไปยังพื้นที่ทางการเกษตรต่างๆ
2.5	โครงการส่งเสริมการทำปุ๋ยหมัก และปุ๋ยพืชสด	สนง.เกษตรจังหวัด	ส่งเสริมกระบวนการในการให้เกษตรกรในพื้นที่สามารถจัดทำปุ๋ย และแนวทางการพัฒนาผิวดินในรูปแบบง่ายๆ ได้
2.5	โครงการ 9101 ตามรอยพ่อ ภายใต้ร่มพระบารมี	กรมพัฒนาที่ดิน	ให้ความรู้ ให้คำแนะนำ รวมถึงสนับสนุนปัจจัยการผลิตทางชีวภาพ เพื่อให้เกษตรกรสามารถมีแนวทางในการไปปรับปรุงดินและรูปแบบการทำการเกษตรที่ลดการใช้สารเคมี และเน้นอินทรีย์มากขึ้น
3.3	การกู้ยืม (ภายใต้โครงการเกษตรแปลงใหญ่)	กระทรวงเกษตร	มีการให้เกษตรกรกู้ยืมเงิน ภายใต้โครงการเกษตรแปลงใหญ่)
3.3	การประกันภัยจากการทำการเกษตร	เอกชน/ สหกรณ์การเกษตรในพื้นที่	มีการให้เกษตรกรทำการประกันเพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการทำการเกษตรในพื้นที่
3.4 / 3.5	โครงการพัฒนายุวเกษตร	กรมส่งเสริมการเกษตร/ กรมชลประทาน	สร้างการรับรู้ ให้ความรู้ และพัฒนาการดูงานให้กับเยาวชน เพื่อกระตุ้นให้เยาวชนให้ความสำคัญกับการทำการเกษตรมากขึ้น
4.1 / 5.1	โรงสี และ Silo กลางในพื้นที่	เอกชน	มีการพัฒนาโรงสีและ silo กลางของพื้นที่อยู่แล้ว
4.1 / 5.1	โครงการสร้างเครือข่ายโรงสีชุมชน	เครือข่ายโรงสีชุมชน	มีการสร้างเครือข่ายโรงสีชุมชน ทั้งในระดับเล็ก (เพื่อการบริโภค) ระดับกลาง (เชิงพาณิชย์)

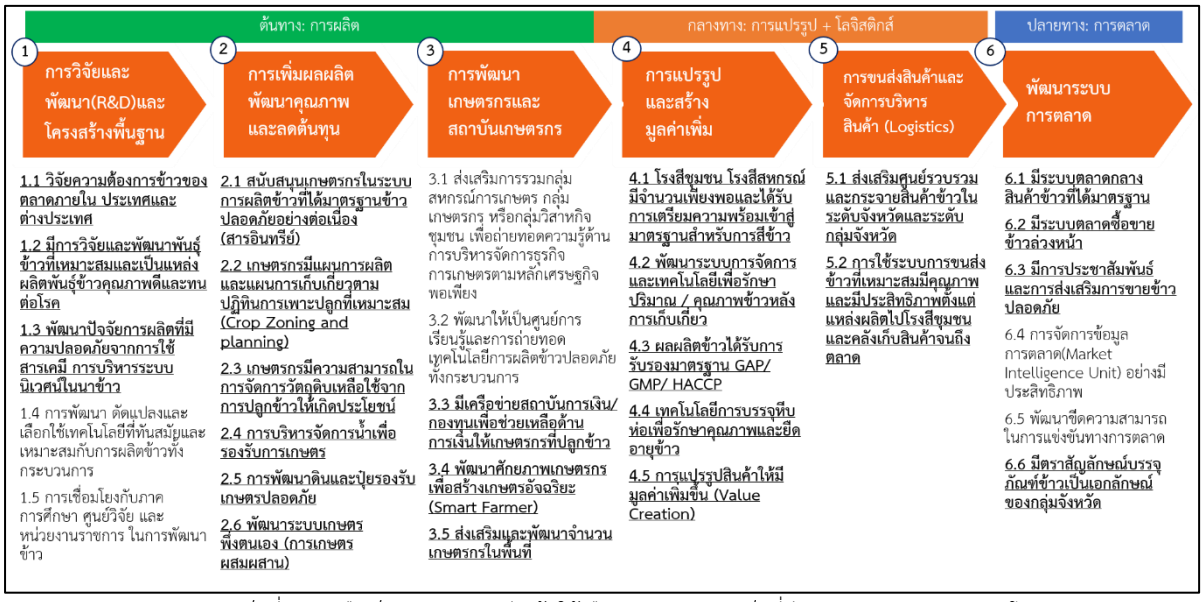
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
4.1 / 4.2 / 4.3 / 4.4 / 4.5	โครงการส่งเสริมศักยภาพโรงสีชุมชนและพัฒนาการสร้างมูลค่าสินค้าชุมชน	สนง.เกษตรจังหวัด/ สนง.พาณิชย์จังหวัด	ส่งเสริมแนวทางการพัฒนามาตรฐานการสีข้าว บรรจุภัณฑ์ ปรับปรุงกระบวนการและเครื่องชั่ง เครื่องขัดสี และพัฒนาเครื่องบีบน้ำมันรำข้าว ตามศักยภาพของโรงสีชุมชนต่างๆ
4.4 / 4.5 / 6.3 / 6.6	โครงการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวประชารัฐ	ประชารัฐรักสามัคคี	พัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวของจังหวัด (ข้าวดาวชาละวัน) ทั้งในเรื่องของการสร้างแบรนด์ สร้างบรรจุภัณฑ์ พร้อมกับการต่อยอดไปยังการประชาสัมพันธ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ
1.2 / 2.6 / 3.2 / 4.3 / 4.5 /	โครงการเพิ่มศักยภาพผลผลิตหลักทางการเกษตร (แผนพัฒนาจังหวัด 61 – 64)	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด/ ท้องถิ่น	สร้างมูลค่าเพิ่มจากการผลิตข้าวคุณภาพ / สร้างห้องปฏิบัติการตรวจสอบคุณภาพเมล็ดพันธุ์ข้าวของสถาบันเกษตรกร / ปรับปรุงอาคารเพื่อการแปรรูปสินค้าการเกษตรและพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐานการผลิต GMP / ธนาคารข้าว / ส่งเสริมระบบไร่นาสวนผสมในพื้นที่ไม่เหมาะสมกับการปลูกข้าว
5.2	โครงการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน / โครงการพัฒนาศักยภาพเส้นทางขนส่งผลผลิตทางการเกษตร (แผนพัฒนาจังหวัด 61 – 64)	สนง.แขวงทางหลวง/ ท้องถิ่น	พัฒนาและปรับปรุงโครงข่ายทางถนนในพื้นที่
6.1 / 6.2	การพัฒนาตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย	สนง.พาณิชย์จังหวัด/ กระทรวงพาณิชย์	มีการประชาสัมพันธ์ และการจัดหาตลาดเพื่อการค้าข้าวในพื้นที่ และเชื่อมโยงกับการแหล่งจัดจำหน่ายสำคัญต่างๆ

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.10-17: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การวิจัยและพัฒนา (R&D) และโครงสร้างพื้นฐาน	1.4 การพัฒนา ดัดแปลงและเลือกใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเหมาะสมกับการผลิตข้าวทั้งกระบวนการ 1.5 การเชื่อมโยงกับภาคการศึกษา ศูนย์วิจัย และหน่วยงานราชการ ในการพัฒนาข้าว
2.การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	2.1 สนับสนุนเกษตรกรในระบบการผลิตข้าวที่ได้มาตรฐานข้าวปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง (สารอินทรีย์) 2.2 เกษตรกรมีแผนการผลิต และแผนการเก็บเกี่ยวตามปฏิทินการเพาะปลูกที่เหมาะสม (Crop Zoning and planning) 2.5 การพัฒนาดินและปุ๋ยรองรับเกษตรปลอดภัย 2.6 พัฒนาระบบเกษตรพึ่งตนเอง (การเกษตรผสมผสาน)
3.การพัฒนาเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร	3.1 ส่งเสริมการรวมกลุ่มสหกรณ์การเกษตร กลุ่มเกษตรกร หรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อถ่ายทอดความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจการเกษตรตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง 3.2 พัฒนาให้เป็นศูนย์การเรียนรู้และการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตข้าวปลอดภัยทั้งกระบวนการ 3.4 พัฒนาศักยภาพเกษตรกรเพื่อสร้างเกษตรอัจฉริยะ (Smart Farmer)
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.3 ผลผลิตข้าวได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP/ GMP/ HACCP
5. การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics)	5.2 การใช้ระบบการขนส่งข้าวที่เหมาะสมมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพตั้งแต่แหล่งผลิตไปโรงสีชุมชน และคลังเก็บสินค้าจนถึงตลาด
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.4 การจัดการข้อมูลการตลาด(Market Intelligence Unit) อย่างมีประสิทธิภาพ 6.5 พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด

แผนภาพที่ 3.10-6: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวปลอดภัยของจังหวัดพิจิตร



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดพิจิตร

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหา หรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.10-18: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[10]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.4 / 1.5 / 2.2 / 2.5 / 2.6	โครงการพัฒนานวัตกรรมการจัดการเฉพาะพื้นที่ เพื่อการส่งเสริมการปลูกข้าวปลอดภัย	- การจัดตั้งคณะอนุกรรมการในแต่ละพื้นที่ - การกำหนด zoning ทางด้านการปลูกข้าวปลอดภัย - ศึกษาและพัฒนาแนวทางการจัดการ เพื่อการปลูกข้าวปลอดภัยในพื้นที่เฉพาะ - ศึกษาการพัฒนาการส่งเสริมการทำการเกษตรแบบผสมผสานในรูปแบบที่เหมาะสมกับพื้นที่	สนง.เกษตรจังหวัด
2.1 / 2.5	โครงการขยายผลการสนับสนุนปัจจัยการผลิตแบบอินทรีย์	ขยายพื้นที่การให้การสนับสนุนปัจจัยการเพาะปลูก และการผลิตเกษตรอินทรีย์	สนง.เกษตรจังหวัด
3.1 / 3.2	โครงการส่งเสริมเครือข่ายและยกระดับศักยภาพการเรียนรู้ทางด้านเกษตรปลอดภัย	ส่งเสริมการรวมกลุ่ม/ ให้ความรู้ / สนับสนุนปัจจัย	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด
3.4	โครงการพัฒนาผู้นำการเกษตรอัจฉริยะ	กำหนดเกณฑ์และแนวทางการในการคัดเลือกผู้นำเกษตรอัจฉริยะในจังหวัด / พัฒนาองค์ความรู้ / ประชาสัมพันธ์และขยายผลเครือข่ายในพื้นที่	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด
4.3	โครงการจัดตั้งศูนย์ตรวจวัดรับรองคุณภาพสินค้าเกษตรปลอดภัย	จัดตั้งหน่วยงานในการกำหนดเกณฑ์ของการประเมินมาตรฐาน และการตรวจสอบคุณภาพสินค้าการเกษตร	สนง.เกษตรจังหวัด
5.2	โครงกรพัฒนาและปรับปรุงโครงข่ายคมนาคมเพื่อการเกษตร	วางแผนโครงข่ายคมนาคม / กำหนดประเภทของการเดินทาง / ปรับปรุงสภาพถนน / ปรับปรุงป้าย	สนง.แขวงทางหลวงชนบท
6.4 / 6.5	โครงการพัฒนาฐานข้อมูลทางการตลาดเรื่องข้าว	ออกแบบระบบ จัดหาข้อมูล และให้บริการข้อมูลข่าวสารเรื่องข้าวให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง	สนง.พาณิชย์จังหวัด

[10]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนานวัตกรรมเฉพาะพื้นที่เพื่อส่งเสริมการปลูกข้าวปลอดภัย
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ความแตกต่างทางภูมิ-สังคมและโครงสร้างพื้นฐานทางเกษตรในการผลิตสินค้าปลอดภัยในจังหวัดพิจิตร ส่งผลต่อกระทบต่อระบบและกระบวนผลิตของเกษตรรวมถึงต้นทุนทางผลิตและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและคุณภาพการผลิตที่ต้องการ
สรุปแนวคิดโครงการ การพัฒนาระบบและกระบวนการนวัตกรรมข้าวปลอดภัยแบบบูรณาการในแต่ละพื้นที่ (Zoning)
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • กระบวนการแต่งตั้งคณะทำงาน • วิเคราะห์ข้อมูลจัดเขตพื้นที่ (Zoning) • จัดทำแผนการดำเนินงาน (Pilot Project) • ขับเคลื่อนแผนภาพรวมนวัตกรรมในแต่ละพื้นที่ • ขยายนวัตกรรมลงไปในแต่ละพื้นที่ (Zoning)
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คณะอนุกรรมการบริหารการเกษตรระดับจังหวัด คณะกรรมบริหารจัดการการเกษตรแบบปลอดภัย (SC) คณะทำงานระดับพื้นที่และศูนย์เรียนรู้ในพื้นที่ (เกษตรและSmart Farmer)
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพิจิตร (SC)
ผลลัพธ์: • เกษตรกรรับรู้ระบบผลิตสินค้า (ข้าวปลอดภัย) ใน Zoning • สินค้าข้าวปลอดภัยและมีมาตรฐานตามที่กำหนด
ผลผลิต: ชุดนวัตกรรมการผลิตข้าวปลอดภัยในแต่ละพื้นที่ (Zoning)
ตัวชี้วัดของโครงการ: ระดับคุณภาพในการพัฒนานวัตกรรมการจัดการพื้นที่ในการผลิตสินค้าข้าวปลอดภัย

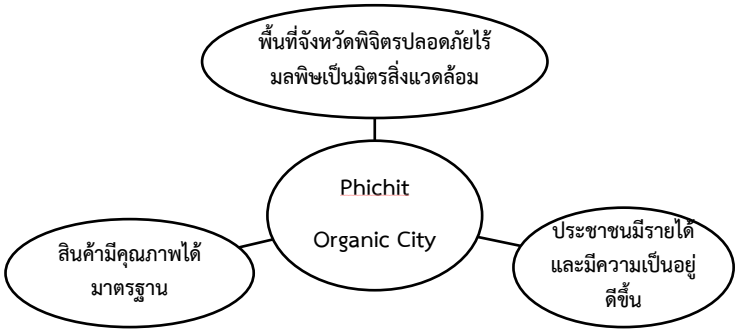
ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.กระบวนการแต่งตั้งคณะทำงาน	ตุลาคม			สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพิจิตร	
2.วิเคราะห์ข้อมูลเขตปลอดภัย (Zoning)	ต.ค.-พ.ย.		Agenda ประเทศ แผนกลุ่มจังหวัด และข้อมูล	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพิจิตร	
3.จัดทำแบบแผนการดำเนินงาน (Pilot Project)	พ.ย.-ธ.ค.		แผนบูรณาการณ์การพืชและนวัตกรรม	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพิจิตร	
4.ขับเคลื่อนแผนการดำเนินงาน	ธ.ค.-มี.ค.		ชุมชนและท้องถิ่น	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพิจิตร	
5.สรุปภาพรวมนวัตกรรมการผลิตในพื้นที่ปลอดภัย	พ.ค.-ก.ย.			สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพิจิตร	
6.สร้างกลไกกลของนวัตกรรมผ่านเครือข่ายศูนย์เรียนรู้ในพื้นที่	พ.ค.-ก.ย.			สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพิจิตร	

ชื่อโครงการ: โครงการขยายผลการสนับสนุนปัจจัยการผลิตแบบอินทรีย์

ที่มา / หลักการและเหตุผล: ในปัจจุบันนี้ปัญหาสุขภาพของประชาชนมาจากการบริโภคอาหารที่ปนเปื้อนสารพิษ ดังนั้นจึงเกิดความต้องการดูแลสุขภาพมากขึ้นการบริโภคอาหารหรือผักผลไม้ที่ปราศจากสารปนเปื้อนเป็นสิ่งที่ประชาชนต้องการทำให้เกิดการผลิตเกษตรแบบอินทรีย์และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเกษตรอินทรีย์จึงจำเป็นต้องมีการสนับสนุนระบบการผลิตแบบอินทรีย์ (Organic City)

สรุปแนวคิดโครงการ



สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- บริหารจัดการดินและน้ำเพื่อการเพาะปลูก
- Zoning พืชที่เหมาะสมและแผนการผลิต
- สนับสนุนเมล็ดพันธุ์ที่ดีมีคุณภาพ
- ถ่ายทอดความรู้กระบวนการผลิตแบบอินทรีย์ (IPM)
- ส่งเสริมสนับสนุนระบบเกษตรวัสดุเหลือใช้ (Zero waste)
- ศึกษาดูงานเชื่อมโยงการผลิต,การตลาด,การรวมกลุ่มและจัดทำฐานข้อมูลตลาดออนไลน์
- พัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ตลาด Premium
- ประชาสัมพันธ์ผ่านการทำ Story วิถีคนพิจิตรเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- สร้างจุดท่องเที่ยว,จุดเรียนรู้,Home Story,การทำนาแบบอินทรีย์ในน้ำมีปลาในนามีข้าวเมืองชาละวัน

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- การดำเนินโครงการต้องบูรณการทุกภาคส่วน เช่น SC และ ท้องถิ่น

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สนง.เกษตรจังหวัด

ผลลัพธ์:

- เกษตรกรมีระบบการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- สิ่งแวดล้อมที่ดีและสมบูรณ์ขึ้น
- ผู้ผลิตและผู้บริโภคมีสุขภาพดีขึ้น

ผลผลิต:

- เกษตรเป้าหมายยอมรับการผลิตแบบอินทรีย์ในพื้นที่จังหวัดพิจิตร
- พื้นที่การเกษตรได้รับการพัฒนาในการผลิตแบบอินทรีย์
- มีจุดเรียนรู้พื้นที่เกษตรอินทรีย์ วิถีคนพิจิตรถาวร 1 พื้นที่

ตัวชี้วัดของโครงการ: จำนวนพื้นที่การเกษตรที่มีการผลิตแบบอินทรีย์เพิ่มขึ้นในแต่ละปี

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
บริหารจัดการดินและน้ำเพื่อการเพาะปลูก	มกราคม			สนง.พัฒนาที่ดิน/ โครงการชลประทานจังหวัด	
Zoning พืชที่เหมาะสมและแผนการผลิต	มกราคม			สนง.พัฒนาที่ดิน/ สนง.เกษตรจังหวัด	
สนับสนุนเมล็ดพันธุ์ที่ดีมีคุณภาพ	กุมภาพันธ์-มีนาคม			กรมการข้าว/ กรมวิชาการ	
ถ่ายทอดความรู้กระบวนการผลิตแบบอินทรีย์(IPM)	เมษายน-กรกฎาคม			สนง.เกษตรจังหวัด	
ส่งเสริมสนับสนุนระบบเกษตรวัสดุเหลือใช้ (Zero waste)	สิงหาคม-กันยายน			สนง.ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด/ สนง.พลังงานจังหวัด	
ศึกษาระบบการผลิตแบบอินทรีย์	ตุลาคม			สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด	
จัดทำจุดท่องเที่ยวเรียนรู้ “วิถีคนพิจิตร ในน้ำมีปลาในนามีข้าว”	พฤศจิกายน			สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/สนง. พาณิชย์จังหวัด	
ประชาสัมพันธ์ผ่าน การทำ Storyเผยแพร่	ธันวาคม			สนง.ประชาสัมพันธ์จังหวัด	

ชื่อโครงการ: โครงการส่งเสริมเครือข่ายและยกระดับศักยภาพการเรียนรู้ทางด้านเกษตรปลอดภัย

ที่มา / หลักการและเหตุผล: ปัจจุบันความปลอดภัยด้านอาหารเป็นความต้องการของผู้บริโภคทุกคนดังนั้นการสร้างเครือข่ายศักยภาพการเรียนรู้ทางด้านเกษตรปลอดภัยที่มีคุณภาพมาตรฐานเพื่อป้องกันการบริโภคอาหารที่ไม่ปลอดภัยของผู้บริโภคจึงมีความจำเป็น

สรุปแนวคิดโครงการ

- ส่งเสริมให้เกษตรกรมีความรู้เรื่องการผลิตที่ปลอดภัยและนำความรู้ไปปฏิบัติได้จริง
- เชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิต ผู้ประกอบการด้านเกษตรปลอดภัย
- สร้างเครือข่ายขยายฐานการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- คัดเลือกเกษตรกรที่พร้อมและสมัครใจร่วมโครงการ
- สนับสนุนปัจจัยการผลิต
- จัดทำแปลงสาธิตและพัฒนาเป็นจุดเรียนรู้
- พัฒนาตลาดนัดสีเขียว
- จัดทำฐานข้อมูลเครือข่ายทั้งผู้ผลิต ผู้ประกอบการและผู้บริโภค
- ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรปลอดภัยให้กับเครือข่าย
- ติดตามให้คำปรึกษา ตรวจแปลงสาธิตและประเมินผล

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- จัดทำฐานข้อมูลเครือข่ายทั้งผู้ผลิต ผู้ประกอบการและผู้บริโภค
- จัดตลาดนัดสีเขียว
- ประชาสัมพันธ์ด้านเกษตรปลอดภัย เชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิต ผู้ประกอบการและผู้บริโภค

โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือ เกษตรกร, สำนักงานเกษตรจังหวัด, ประมงจังหวัด, ปศุสัตว์จังหวัด, สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพิจิตร (SC)

ผลลัพธ์:

- เกษตรกรได้รับความรู้ด้านเกษตรปลอดภัย
- เกษตรกรนำความรู้ด้านเกษตรปลอดภัยไปปฏิบัติได้จริง
- มีสินค้าเกษตรปลอดภัยตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
- เกษตรกรมีต้นทุนที่ต่ำลง

ผลผลิต:

- มีระบบการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- มีสินค้าเกษตรปลอดภัย
- มีเครือข่ายผู้ผลิตสินค้าเกษตร
- มีตลาดนัดสีเขียว

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- การประเมินผลแปลงสาธิตเบื้องต้นมีประสิทธิภาพ
- มีตลาดนัดสีเขียวระดับชุมชน
- เกษตรกรมีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดีเพิ่มมากขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. รับสมัครและคัดเลือกเกษตรที่มีความพร้อม	3 เดือน			สนง. เกษตรและสหกรณ์จังหวัด (SC)	
2. อบรมถ่ายทอดความรู้แก่เกษตรกร	1 เดือน				
3. สนับสนุนปัจจัยการผลิต	1 เดือน				
4. พัฒนาตลาดนัดสีเขียว	3 เดือน				
5. จัดทำฐานข้อมูลเครือข่าย ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ผู้บริโภค	2 เดือน				
6. ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรปลอดภัย	10 เดือน				
7. ติดตาม ให้คำปรึกษาและประเมินผล	2 เดือน				

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาผู้นำการเกษตรอัจฉริยะ

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ปัจจุบันผู้นำทางด้านการทำเกษตรมีน้อยลงทุกวันดังนั้นมีความจำเป็นที่ต้องมีผู้นำในการทำการเกษตรที่จะสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงด้านการทำเกษตรที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสินค้าเกษตรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยจึงจำเป็นต้องพัฒนาและสร้างผู้นำการเกษตร

สรุปแนวคิดโครงการ

เป็นการสร้างผู้นำการเปลี่ยนแปลงการทำเกษตรอัจฉริยะเพื่อเป็นต้นแบบหรือเป็นตัวอย่างแก่เกษตรกรให้เปลี่ยนแปลงการผลิตโดยนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการผลิตให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างแม่นยำ คุ้มค่า มีคุณภาพและปลอดภัย

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- คัดเลือกและพัฒนาผู้นำเกษตรอัจฉริยะ
- การจัดการองค์ความรู้และเผยแพร่องค์ความรู้
- การขยายผลสร้างเครือข่ายเพื่อความยั่งยืน

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินโครงการต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายๆหน่วยงาน เช่น

- ภาคราชการ
- ภาคเอกชน
- สถาบันการศึกษา
- เกษตรกร

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด

ผลลัพธ์:

- ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด
- ใช้ทรัพยากรอย่างแม่นยำ

ผลผลิต:

- ผู้นำเกษตรมีองค์ความรู้ในการทำการเกษตร
- เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านการเกษตรและมีความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้ได้

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- เชิงปริมาณ คือ จำนวนผู้นำการเกษตรเพิ่มขึ้น
- เชิงคุณภาพ คือ เป็นผู้นำการเกษตรสัมมาชีพและเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงได้

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. จัดทีมงานดำเนินการและหลักสูตร					
2. การคัดเลือกบุคคลเป้าหมาย					
3. การพัฒนาศักยภาพผู้นำการเกษตร • อบรม,ศึกษาดูงาน • สนับสนุนแหล่งทุน,วัสดุอุปกรณ์,ปัจจัยการผลิต					
4. การจัดการองค์ความรู้					
5. การเชิดชูเกียรติ, ให้รางวัล					
6. ประชาสัมพันธ์, ขยายผล, สร้างเครือข่าย					

ชื่อโครงการ: โครงการจัดตั้งศูนย์ตรวจวัดรับรองคุณภาพสินค้าเกษตรปลอดภัย

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

- เพื่อเป็นการแก้ปัญหาเรื่องความไม่รัดกุมในเรื่องของการรับรองมาตรฐานต่างๆทางการเกษตรของสินค้าเกษตร
- เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับสินค้าเกษตรปลอดภัยและสินค้าเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดพิจิตรให้มีความน่าเชื่อถือในสายตาของผู้บริโภค

สรุปแนวคิดโครงการ

เพื่อป้องกันความเสียหายจากมาตรฐานการเกษตรที่ไม่ได้ดำเนินการควบคุมอย่างเคร่งครัด อันก่อให้เกิดความเสียหายต่อระบบการค้าสินค้าเกษตรปลอดภัยหรือข้าวปลอดภัยและชื่อเสียงของสินค้าเกษตรปลอดภัยอื่นๆของจังหวัด ซึ่งจะมาจากความไม่ใส่ใจในรายละเอียด กระบวนการผลิตและความเข้มงวดของผู้ซื้อสินค้าปลายทางในการตรวจวัดมาตรฐานและสารตกค้างต่างๆ

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- ตรวจรับรองคุณภาพด้านการเกษตรตั้งแต่ระดับปัจจัยการผลิต กระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์
- ตรวจสอบสารเคมีตกค้างในผลผลิตทางการเกษตร
- กำหนดระดับมาตรฐานต่างๆเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่น
- ใช้มาตรการทั้งเชิงรับและเชิงรุก เพื่อรักษามาตรฐานสินค้าเกษตรของจังหวัดพิจิตร

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- จัดตั้งคณะกรรมการและคณะทำงานเพื่อวางแผนการดำเนินงาน รายละเอียดขั้นตอนในการจัดตั้งศูนย์
- กำหนดสถานที่ บุคลากร เครื่องมือ และวิธีการดำเนินงานเพื่อของบประมาณ
- ดำเนินงานโดยภาครัฐและเอกชน

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: กรมวิชาการเกษตร ศูนย์วิจัยข้าว สำนักงานเกษตรจังหวัด

ผลลัพธ์:

- ข้าวปลอดภัยของจังหวัดมีมาตรฐานที่สามารถตรวจสอบได้ชัดเจน
- ผู้บริโภคมีความเชื่อถือและมั่นใจในข้าวปลอดภัยและสินค้าเกษตรปลอดภัยอื่นๆ

ผลผลิต:

- ข้าวปลอดภัยและผลผลิตทางการเกษ๖รปลอดภัยมีรายละเอียดของมาตรฐานที่ชัดเจน เช่น ปริมาณสารตกค้างไม่เกินมาตรฐานแต่ละระดับมาตรฐานต่างๆ

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- ยอดขายและราคาของข้าวปลอดภัยเพิ่มขึ้นปีละ 20%
- พื้นที่การปลูกข้าวปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น
- เกษตรกรผู้ข้าวปลอดภัยมีรายได้เพิ่มขึ้นและมั่นคงในระยะยาว

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (ล้านบาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.จัดตั้งคณะกรรมการ คณะทำงาน และประชุมคณะทำงาน	ก.ย. 60 – ต.ค. 60	500		ผู้ว่าราชการจังหวัดพิจิตร	
2.จัดหาสถานที่ กำหนดรายละเอียดการทำงานในเรื่องมาตรฐานและขั้นตอนการตรวจรับรอง	พ.ย. 60 – ธ.ค. 60				
3.จัดหาอุปกรณ์และกำลังบุคลากร	ม.ค. 61 – มี.ค. 61			คณะกรรมการดำเนินงาน	
4.ของบประมาณในการดำเนินงาน	6 เดือน				
5.เริ่มดำเนินงาน	เม.ย. 61 เป็นต้นไป				

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาและปรับปรุงโครงข่ายคมนาคมเพื่อการเกษตร

ที่มา / หลักการและเหตุผล: ข้าวปลอดภัยเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงของจังหวัดพิจิตรที่สร้างรายได้ให้เกษตรกรเป็นอย่างมาก ปัจจุบันมีอุปสรรคในการขนส่งสินค้าออกสู่ตลาดภายนอกเนื่องจากโครงข่ายระบบคมนาคมยังไม่สมบูรณ์ จึงจำเป็นต้องพัฒนาและปรับปรุง เพื่อรองรับการขนส่งสินค้าเกษตรหรือข้าวปลอดภัยออกสู่ตลาดภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปแนวคิดโครงการ: พัฒนาและปรับปรุงโครงข่ายคมนาคมขนส่งพร้อมองค์ประกอบอื่นๆ ได้แก่

- การขนส่งทางบก เช่น ถนน
- การขนส่งทางน้ำ เช่น เรือและท่าเรือ
- การขนส่งระบบราง เช่น รถไฟและรางรถไฟ

เพื่อให้โครงข่ายเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ สามารถรองรับการขนส่งสินค้าเกษตรและกิจกรรมอื่นๆได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. สำรวจข้อมูลโครงข่ายคมนาคมขนส่งที่มีอยู่ในปัจจุบัน พร้อมทั้งสภาพปัญหาเพื่อศึกษาและวางแผนหลัก
2. คัดเลือกโครงการที่มีความสำคัญอันดับแรกเพื่อดำเนินงาน
   - สำรวจและออกแบบรายละเอียด
   - ประเมินราคาและดำเดินการของบประมาณ
   - ดำเนินการก่อสร้าง
3. ส่งแบบให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องบริหารจัดการต่อไป

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. สำรวจข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
   - ข้อมูลพื้นที่เพาะปลูกและปริมาณข้าวปลอดภัย (เกษตรจังหวัด)
   - ข้อมูลโครงข่ายคมนาคม (จังหวัด, อปท, ทล, ทช, จท, รฟท)
   - ปริมาณในแม่น้ำน่านในแต่ละช่วงเวลา (ชลประทานจังหวัด, กฟผ)
2. วางแผนและดำเนินงานโครงการ
3. การจัดการบริหารงานโครงการ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: กรมทางหลวง,กรมทางหลวงชนบท,กรมเจ้าท่า,การรถไฟแห่งประเทศไทย,กรมโยธาและผังเมือง,องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ผลลัพธ์: ระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งสินค้า สามารถรองรับการขนส่งข้าวปลอดภัยและสินค้าเกษตรอื่นๆ ออกสู่ตลาดภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลผลิต: ระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งที่มีโครงข่ายเชื่อมโยงอย่างสมบูรณ์และเป็นไปตามมาตรฐานทางวิชาการ

ตัวชี้วัดของโครงการ:

1. ระยะเวลาในการขนส่งสินค้าลดลง
2. ปริมาณการขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้น
3. ค่าใช้จ่ายต่อหน่วยในการขนส่งลดลง

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (ล้านบาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.สำรวจข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	2 เดือน	0.5		สนง.จังหวัด, สนง.ทางหลวง/ สนง.ทางหลวงชนบท/ สนง.เจ้าท่าในพื้นที่/ รฟท./ สนง.โยธาธิการและผังเมือง/ อปท.	
2.ศึกษาและจัดทำแผนหลักและจัดลำดับความสำคัญ					
3.ดำเนินโครงการ • สำรวจและออกแบบรายละเอียด จัดของบประมาณ	2 เดือน	1.0	1.บุคลากรในแต่ละสาขาวิชีพ 2.วัสดุก่อสร้าง 3.เครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการก่อสร้าง	สนง.จังหวัด, สนง.ทางหลวง/ สนง.ทางหลวงชนบท/ สนง.เจ้าท่าในพื้นที่/ รฟท.	
• ก่อสร้าง	24 เดือน	200		สนงโยธาธิการ.และผังเมือง	
4.ส่งมอบให้หน่วยงานบริหารโครงการ	1 เดือน				

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาฐานข้อมูลทางการตลาดเรื่องข้าวปลอดภัย

ที่มา / หลักการและเหตุผล: เกษตรกรส่วนใหญ่ ภาคเอกชนหรือแม้แต่หน่วยงานภาครัฐอื่นๆก็ยังขาดองค์ความรู้ในเรื่องของข้อมูลทางการตลาดข้าวที่เป็นรูปธรรมคือสามารถบอกได้ในเรื่องของสถานการณ์ราคาข้าวแต่ละชนิดหรือจะปริมาณการผลิตข้าว พื้นที่ในการเพาะปลูกข้าว ฯลฯ ซึ่งถ้ามีฐานข้อมูลเรื่องการตลาดข้าวแล้วนั้นจะทำให้ทั้งเกษตรกร ภาคเอกชนหรือหน่วยงานต่างๆ สามารถวิเคราะห์แนวโน้มสถานการณ์ราคาข้าว คาดการณ์การเพาะปลูกได้อย่างเหมาะสม เพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนาการตลาดข้าวได้ดีอย่างยิ่ง

สรุปแนวคิดโครงการ:

- รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับข้าวปลอดภัยเพื่อนำไปจัดทำฐานข้อมูลลงในเว็บไซต์ของทางพาณิชย์จังหวัดเพื่อที่จะเผยแพร่ข้อมูล
- เพิ่มขีดความสามารถในด้านการตลาดข้าวปลอดภัย

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1.รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับข้าวปลอดภัย

- ชนิดและพันธุ์ข้าวปลอดภัย
- จำนวนพื้นที่และเกษตรกรที่ปลูกข้าวปลอดภัย
- จำนวนโรงสีที่รับซื้อและราคารับซื้อข้าวปลอดภัย
- และข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับข้าวปลอดภัย

2.การนำข้อมูลไปลงในเว็บไซต์ของพาณิชย์เพื่อเผยแพร่

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การรวบรวมข้อมูลต้องอาศัยความร่วมมือในการนำข้อมูลมาจากหน่วยงานต่างๆในจังหวัด โดยจะมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น

- สำนักงานเกษตรจังหวัด
- สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด
- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด
- หอการค้าจังหวัด
- สถาบันการเงินเพื่อการเกษตร (ธกส.) เป็นต้น

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัด

ผลลัพธ์: เกษตรกร เอกชนและผู้ที่ต้องการทราบข้อมูลเรื่องข้าวปลอดภัย ได้นำข้อมูลไปใช้เพื่อเป็นประโยชน์

ผลผลิต: มีฐานข้อมูลในระดับจังหวัดในรูปแบบเว็บไซต์ออนไลน์ที่พร้อมสามารถใช้งานได้

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- มีการจัดทำฐานข้อมูลแล้วเสร็จตามกำหนด
- เกษตรกรเข้าถึงข้อมูลและได้ความรู้ไปปรับใช้ในการเพาะปลูกข้าวได้ดีมากขึ้น
- ตลาดข้าวปลอดภัยของจังหวัดมียอดขายในระดับดีขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
ศึกษาดูงานด้านจัดทำฐานข้อมูลออนไลน์	1 เดือน			สำนักงานพาณิชย์จังหวัด	
จัดทำฐานข้อมูลออนไลน์	3 เดือน			สำนักงานพาณิชย์จังหวัด	
ปรับปรุงและอัพเดทในระบบฐานข้อมูลออนไลน์	ทุกๆเดือน			สำนักงานพาณิชย์จังหวัด	

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงประเพณี

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

มีประเพณีและวัฒนธรรมที่ขึ้นชื่อได้แก่ การแข่งขันเรือยาวประเพณี และ งานประเพณีกำฟ้า มีวัดที่มีชื่อเสียงเป็นจำนวนมาก

ตารางที่ 3.10-19: จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ปี 2556 – 2558

รายการ	นครสวรรค์			กำแพงเพชร			พิจิตร			อุทัยธานี		
	2556	2557	2558	2556	2557	2558	2556	2557	2558	2556	2557	2558
จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน (คน)	1,231,014	1,241,250	1,661,391	597,903	1,241,250	1,661,391	407,679	422,856	805,398	464,815	479,723	650,353
๑) นักท่องเที่ยว	738,271	734,274	974,004	358,847	734,274	975,004	217,792	227,801	448,970	218,869	224,394	302,649
- ชาวไทย	726,585	722,975	961,242	352,414	722,975	961,242	216,431	226,458	447,327	215,863	221,416	298,981
- ชาวต่างชาติ	11,686	11,299	12,762	6,433	11,299	12,762	1,361	1,343	1,643	3,006	2,978	3,668
๒) นักทัศนาจร	492,743	506,976	687,387	239,056	506,976	687,387	189,887	195,005	356,428	245,946	255,329	347,704
- ชาวไทย	477,066	491,532	661,791	226,927	491,532	661,791	186,960	192,101	352,890	244,375	253,714	345,695
- ชาวต่างชาติ	15,677	15,444	25,596	12,129	15,444	25,596	2,927	2,954	3,538	1,571	1,615	2,009
รายได้จากการท่องเที่ยว (.ลบ)	2,221.98	2,271.13	3,196.71	1,028.22	2,271.13	3,196.71	597.65	619.05	1,277.33	640.01	676.49	1,000.40
- ชาวไทย	2,167.86	2,218.20	3,127.50	989.09	2,218.20	3,127.50	590.97	612.32	1,268.56	629.50	665.85	986.53
- ชาวต่างชาติ	54.12	5.93	69.21	39.13	52.93	69.21	6.68	6.73	8.77	10.51	10.64	13.87

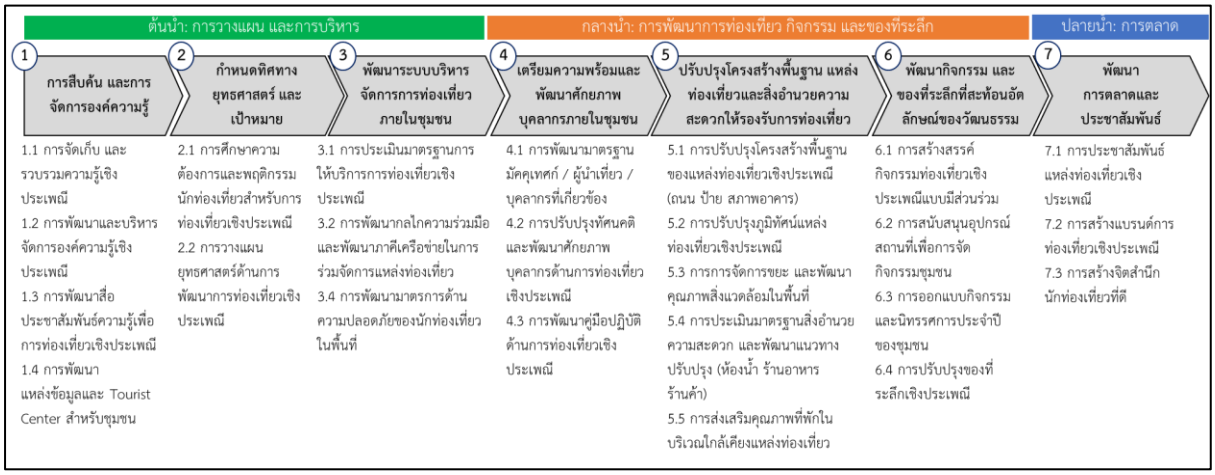
ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 พ.ศ. 2561-2564

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ(Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.10-7: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงประเพณี ของจังหวัดพิจิตร



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.10-20: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[11]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.3	โครงการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด	สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	เชิญสื่อมวลชน และผู้สื่อข่าวมายังจังหวัด เพื่อเก็บภาพ และเรื่องราวด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด และนำไปจัดทำเป็นสื่อเผยแพร่
1.2 / 1.3	โครงการพัฒนาถนนสายวัฒนธรรม	สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	ค้นหาถนนสายวัฒนธรรม ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเส้นทางท่องเที่ยวนั้นๆ พร้อมกำหนดเส้นทาง แหล่งท่องเที่ยว พร้อมพัฒนาข้อมูลมาประกอบการท่องเที่ยวต่างๆ
2.1 / 2.2	งานศึกษาวิจัย และพัฒนายุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดพิจิตร	ม.พะเยา	ศึกษาวิจัยศักยภาพของพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดพิจิตร และกำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด
3.2	กิจกรรมสมาคมด้านการท่องเที่ยว	เอกชน / สมาคมท่องเที่ยว	สมาคมด้านการท่องเที่ยวในจังหวัด มีการดำเนินการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องอยู่แล้ว

[11]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
3.2	โครงการพัฒนาเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชน	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	มีการพัฒนาเครือข่าย สร้างความร่วมมือ และพัฒนาศักยภาพให้กับบุคลการในชุมชนเป้าหมายของจังหวัด อาทิ วังกต หัวดง ปากหม้อข้าว บางไผ่ เป็นต้น
4.1 / 4.2 / 4.3	โครงการเจ้าบ้านที่ดี / โครงการยุวมัคคุเทศก์ / มัคคุเทศก์น้อย	กระทรวงท่องเที่ยว (Function)/ สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ บุคลากร ผู้ที่อาศัย และเยาวชนในพื้นที่ ในการเป็นผู้นำเที่ยว และผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่
5.1	โครงการปรับปรุงถนน และโครงสร้างพื้นฐานของจังหวัด	ท้องถิ่นเทศบาล/ สนง.โยธาธิการและผังเมือง/ แขวงการทาง	ปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่จังหวัด เพื่อส่งเสริมการคมนาคมและการท่องเที่ยวในพื้นที่ของจังหวัด
5.1	โครงการปรับปรุงป้ายบอกทาง (กลุ่มจังหวัด)	ท้องถิ่นเทศบาล/ สนง.โยธาธิการและผังเมือง/ แขวงการทาง	พัฒนาป้ายบอกทางตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ ในพื้นที่
5.1 / 5.2 / 5.4	โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยว – บึงสีไฟ	สนง.โยธาธิการและผังเมือง/ สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	ปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณบึงสีไฟ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น
5.2 / 5.4 / 5.5 / 6.4	โครงการหมู่บ้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์	สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด	คัดเลือก และกำหนดหมู่บ้านในพื้นที่ พร้อมส่งเสริมศักยภาพเพื่อให้สามารถรองรับการเป็นหมู่บ้านผลิตสินค้าโอทอป และเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ต่อไป
5.3	โครงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	สนง.ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด	สร้างการรับรู้ และกระตุ้นให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ดูแลการบริหารทรัพยากรธรรมขาติและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่
5.3	โครงการเมืองพิจิตรปลอดภัยไร้	สนง.ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด	สร้างวินัย และส่งเสริมแนวทางการคัดแยกขยะในชุมชน

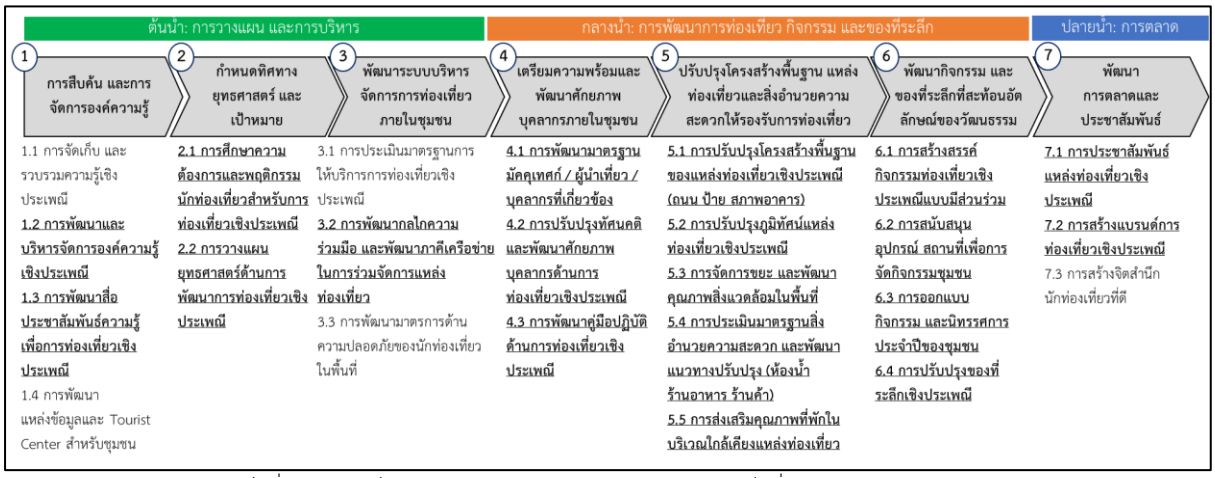
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
	มลพิษ (แผนพัฒนาจังหวัด 61-64)		
6.1 / 6.2 / 6.4	โครงการพัฒนากิจกรรม จิก จิบ ชา	สนง.วัฒนธรรมจังหวัด / สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	จัดกิจกรรมกินชา ที่เชื่อมโยงกับพันธ์ไม้ท้องถิ่น และเป็นแหล่งอาศัยของนกจำนวนมากในบริเวณชุมชนในพื้นที่จังหวัดพิจิตร พร้อมการพัฒนาของที่ระลึกที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว
6.1 / 6.2	โครงการจัดงานประเพณีสงกรานต์ สรงน้ำพ่อปู่ บูชาหลักเมืองและย้อนรอยประวัติศาสตร์เมืองเก่าพิจิตร (แผนพัฒนาจังหวัด 61-64)	สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	จัดตั้งคณะกรรมการ และดำเนินการจัดกิจกรรมประเพณีสงกรานต์ สรงน้ำพ่อปู่ บูชาหลักเมืองและย้อนรอยประวัติศาสตร์เมืองเก่าพิจิตร
6.3	โครงการพัฒนาปฏิทินกิจกรรมจังหวัดพิจิตร	สนง.วัฒนธรรมจังหวัด / สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	จัดทำปฏิทินที่นำเสนอกิจกรรม และเทศกาลสำคัญในแต่ละช่วงเดือนของจังหวัด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกิจกรรมเสริม หรือการประชาสัมพันธ์อื่นๆ ต่อไป
6.1 / 6.2 / 6.3	โครงการพัฒนาย่านเก่าวังกรด	สนง.วัฒนธรรมจังหวัด / สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	ประชาสัมพันธ์พื้นที่ย่านเมืองเก่าให้เป็นถนนคนเดินสัมผัสวิถีชีวิตโบราณของคนในจังหวัดพิจิตร
7.1	คู่มือแนะนำการท่องเที่ยวของจังหวัดพิจิตร	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	พัฒนา E-Book เพื่อการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดพิจิตร
7.1	การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว	ททท.	ดำเนินการจัดการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดพิจิตร
7.2	โครงการพัฒนาเครือข่ายคุณธรรมนำร่อง	สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	สร้างจิตสำนึกในการปฏิบัติงานที่ดีให้กับบุคลากรในพื้นที่ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.10-21: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้	1.1 การจัดเก็บ และรวบรวมความรู้เชิงประเพณี 1.2 การพัฒนาและบริหารจัดการองค์ความรู้เชิงประเพณี 1.3 การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ความรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงประเพณี 1.4 การพัฒนาแหล่งข้อมูลและ Tourist Center สำหรับชุมชน
3. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน	3.1 การประเมินมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงประเพณี 3.3 การพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่
5. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.4 การประเมินมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวก และพัฒนาแนวทางปรับปรุง (ห้องน้ำ ร้านอาหาร ร้านค้า) 5.5 การส่งเสริมคุณภาพที่พักในบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว
7. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.3 การสร้างจิตสำนึกนักท่องเที่ยวที่ดี

แผนภาพที่ 3.10-8: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงประเพณี ของจังหวัดพิจิตร



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดพิจิตร

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหา หรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.10-22: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[12]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1 / 1.2 / 1.3	โครงการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่ (Augmented Reality – AR)	นำเทคโนโลยี AR เข้ามาปรับใช้กับการนำเสนอข้อมูล และประชาสัมพันธ์ทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด	สนง. ประชาสัมพันธ์จังหวัด
1.4	โครงการพัฒนาศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว (Tourist Center)	ปรับปรุงและพัฒนาศูนย์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวต่างๆ รองรับการเติบโตทางด้านการท่องเที่ยวในอนาคต	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
3.1 / 3.3 / 5.4 / 5.5	โครงการพัฒนามาตรฐานการบริการทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดพิจิตร	จัดทำแนวทางการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานและการประเมินคุณภาพการให้บริการด้านการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ของจังหวัด	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

[12]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
7.3	โครงการสร้างการรับรู้และปรับปรุงทางด้านจิตสำนึกที่ดีด้านการท่องเที่ยวจังหวัดพิจิตร	ส่งเสริมการให้ความรู้ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงแนวทางการปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของจังหวัด และพัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่ในการดูแล และปฏิบัติงานในการจัดการและรับมือกับนักท่องเที่ยว รูปแบบต่างๆ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์สมัยใหม่เพื่อการท่องเที่ยว
ที่มา / หลักการและเหตุผล: การเปลี่ยนทางเทคโนโลยีทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปการใช้ Smart Phone หรือ Tablet เชื่อมอินเตอร์เน็ตจึงเป็นปัจจัยหนึ่งในชีวิตประจำวัน การพัฒนาเรื่องของเทคโนโลยีให้ทันแก่ยุคสมัยนั้นจึงมีความจำเป็นเพื่อเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ในการท่องเที่ยว
สรุปแนวคิดโครงการ • พัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ทันสมัย นำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวใหม่ตอบโจทย์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยการนำเทคโนโลยี AR (Augmented Reality Technology) ผนวกโลกความเป็นแห่งจริงกับความเป็นจริงกับดิจิตอลเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างความดึงดูด ความน่าสนใจ และมุมมองใหม่แก่นักท่องเที่ยว • เป็นการกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยว • การสนับสนุนข้อมูลท่องเที่ยวผ่านสื่อเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางด้วยตนเอง
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • ศึกษาเทคโนโลยี AR (Augmented Reality Technology) และทดสอบการนำมาปรับใช้ในพื้นที่ • พัฒนาเนื้อหา โดยเน้นให้ผู้ใช้สามารถสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเองพร้อมแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ของดี ทางเดินจังหวัด • สร้างกิจกรรมหรือเกมส์ให้นักท่องเที่ยวได้ทำในระหว่างการชมแหล่งท่องเที่ยวและมีของรางวัลหรือของที่ระลึกมอบให้ • ทดสอบ และขยายผล
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การดำเนินโครงการต้องอาศัยความร่วมมือในการนำข้อมูลมาจากหน่วยงานต่างๆในจังหวัด โดยจะมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น • สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

• สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด • สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด • สำนักงานจังหวัด • สำนักเกษตรจังหวัดและอื่นๆ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
ผลลัพธ์: • นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาและเรียนรู้ผ่านฐานข้อมูลได้ด้วยตนเอง • จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
ผลผลิต: ฐานข้อมูลเรื่องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
ตัวชี้วัดของโครงการ: • จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น • รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดเพิ่มขึ้น • ประชาชนในจังหวัดมีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (ล้านบาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.ตั้งคณะทำงานที่เชียวชาญในการดำเนินด้านต่างๆ	1 เดือน		เครื่องมือ IT	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด สำนักงานจังหวัด สำนักเกษตรจังหวัดและอื่นๆ	
2.ศึกษาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวทั้งหมดในพิจิตร	2 เดือน				
3.พัฒนาค้นนำข้อมูลลงระบบ (AR)		500 ล้าน			
4.ประเมินผลการทำงานระบบ					
5.ปรับปรุงข้อมูล,ระบบ ,กิจกรรม ทุกเดือนหรือตามเหตุการณ์จริง					

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนา Tourist Center ของจังหวัด
ที่มา / หลักการและเหตุผล: 1. ส่งเสริมให้จังหวัดพิจิตรเป็นที่รู้จักในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถี 2. จุดต้อนรับและจุดบริการด้านข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดพิจิตร* ณ บึงสีไฟ 3. ศูนย์บริการให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาแนวทางการท่องเที่ยว (สามารถจัดโปรแกรมทัวร์เป็นกลุ่มในราคาที่ย่อมเยา) 4. พัฒนา Application* / AR (Augmented Reality) 5. เจ้าหน้าที่มีศักยภาพในการให้ความรู้และสามารถดูแลนักท่องเที่ยว 6. ศูนย์การค้าขายผลิตภัณฑ์ชั้นดีได้รับมาตรฐานดาวชาละวัน/ OTOP
สรุปแนวคิดโครงการ ส่วนที่ 1 อาคารและสิ่งปลูกสร้าง (การก่อสร้าง/ตรวจวัดมาตรฐาน) ส่วนที่ 2 ด้านบุคคลกร (การกำหนดกฎเกณฑ์การรับจ้างผู้ให้บริการ, ไกด์ท้องถิ่น, ยุวมัคคุเทศก์ / พัฒนา ความรู้แก่ขาวบ้าน, ผู้ประกอบการห้างร้าน, ร้านค้า, ร้านอาหาร เพื่อให้เกิดการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยว) ส่วนที่ 3 พัฒนาระบบการให้บริการ (IT/ Application/ AR)
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ ส่วนที่ 1 อาคารและสิ่งปลูกสร้าง 1. ศึกษาและดูงาน 2. ประชุมการร่างแบบแผน วางแผนในการก่อสร้าง 3. ก่อสร้างตัวอาคาร ส่วนที่ 2 ด้านบุคลากร 1. การจ้างบุคคลที่มีศักยภาพในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ส่วนที่ 3 พัฒนาระบบการให้บริการ
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1. การทำงานแบบบูรณาการร่วมกันระหว่างภาครัฐทุกภาคส่วน 2. การใช้พลังประชารัฐเป็นกลไกในการดำเนินงาน
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
ผลลัพธ์: มีจุดบริการและเป็นศูนย์ ข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยว/ มีปริมาณจำนวนนักท่องเที่ยวมาใช้บริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ทุกปี
ผลผลิต: แผนงานจัดตั้งศูนย์ข้อมูล, โครงการที่จะทำให้แผนงานดังกล่าวสำเร็จ
ตัวชี้วัดของโครงการ: ความพึงพอใจของผู้รับบริการ/ การผ่านเกณฑ์มาตรการการพัฒนาคุณภาพการให้บริการจาก ททท.

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (ล้านบาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.ศึกษาความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในการรับบริการข้อมูล	2 เดือน	-		พลังประชารัฐ	
2.วางแผนกระบวนการอย่างเป็นขั้นตอนเพื่อ ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	3 เดือน	1		พลังประชารัฐ	
3.ดำเนินการจัดตั้งศูนย์การให้บริการข้อมูล	1 ปี	120		ททท. และสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
4.เปิดให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยว		10		ททท. และสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
5.การประเมินผล วัดผล ความพึงพอใจของ ผู้รับบริการ (นักท่องเที่ยว)		5		นักท่องเที่ยว	
6.การประเมินผลวัดผลจากตัวชี้วัดของ ททท				ททท.	
7.ปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง		15		ททท. และสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนามาตรฐานบริการการท่องเที่ยว
ที่มา / หลักการและเหตุผล: เพื่อก่อให้เกิดมาตรฐานด้านการบริการสาธารณะ เช่น ห้องน้ำและบริการภาคเอกชน เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในจังหวัดพิจิตร
สรุปแนวคิดโครงการ : สร้างมาตรฐานบริการหลักๆ 3 ด้าน ได้แก่ ห้องน้ำร้านค้า โดยจะเป็นทั้งในด้านสถานที่และบุคลากรเพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • ศึกษาและกำหนดมาตรฐานบริการทั้งห้องน้ำ ร้านค้าและร้านอาหาร • ส่งเสริมการสร้างมาตรฐานบริการทั้งสถานที่ บุคลากร • ควบคุมติดตามมาตรฐาน
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรจัดตั้งคณะทำงานบูรณาการร่วมกัน ได้แก่ - สาธารณสุขจังหวัด - พาณิชย์จังหวัด - พัฒนาชุมชนจังหวัด - ท่องเที่ยวจังหวัด
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: ท่องเที่ยวจังหวัดและพาณิชย์จังหวัด
ผลลัพธ์: นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและประทับใจกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพิจิตร
ผลผลิต: มีบริการที่ดีมาตรฐานในทุกสถานที่ท่องเที่ยว
ตัวชี้วัดของโครงการ: มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับรองมาตรฐานทั้ง 3 ด้านอย่างน้อย 3 แห่ง

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ
ศึกษาและกำหนดมาตรฐานบริการทั้งห้องน้ำ ร้านค้าและร้านอาหาร	3 เดือน			สนง.สาธารณสุขจังหวัด/ สนง.พาณิชจังหวัด/ สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด/ สนง.ท่องเที่ยวจังหวัด
ส่งเสริมการสร้างมาตรฐานบริการ • ห้องน้ำมาตรฐาน HAS • ร้านค้ามาตรฐานโดยจัดตั้งร้าน OTOP • ร้านอาหารมาตรฐานเป็นร้านหนูณิชย์	6 เดือน			
ควบคุมติดตามมาตรฐาน	3 เดือน			

ชื่อโครงการ: โครงการสร้างการรับรู้ และปรับปรุงทางด้านจิตสำนึกที่ดีด้านการท่องเที่ยวจังหวัดพิจิตร

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

เพื่อเป็นการเตรียมความผู้ปฏิบัติงานในแหล่งท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงแนวทางการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว รวมถึงเป็นการสร้างการรับรู้ และแนวปฏิบัติที่ถูกต้องให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

สรุปแนวคิดโครงการ

1. ส่งเสริมการให้ความรู้ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงแนวทางการปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของจังหวัด เช่น การทำป้ายประชาสัมพันธ์ คู่มือนักท่องเที่ยว เป็นต้น
2. พัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่ในการดูแล และปฏิบัติงานในการจัดการและรับมือกับนักท่องเที่ยว รูปแบบต่างๆ เช่น การทำคู่มือการปฏิบัติงาน การฝึกอบรม การพัฒนาเครื่องมือในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยว เป็นต้น

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- ศึกษาและกำหนดกรอบแนวทางการปฏิบัติตัว (เนื้อหา) ของนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม
- กำหนดรูปแบบ และจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์
- กำหนดพื้นที่ และแหล่งท่องเที่ยวที่จะนำเสนอ
- ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเป็นคนกำหนดกรอบแนวทาง โดยร่วมมือกับท้องถิ่น และประชาชนในพื้นที่ในการร่วมมือในการปฏิบัติงาน และดำเนินโครงการ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

ผลลัพธ์:

นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจ และรับรู้ถึงแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสม

ผลผลิต:

- มีสื่อประชาสัมพันธ์ในการสร้างจิตสำนึก และแนวปฏิบัติของนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม
- เจ้าหน้าที่ดูแลแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เป้าหมายได้รับการฝึกอบรมถึงแนวทางการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวในพื้นที่

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- มีสื่อประชาสัมพันธ์ในแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย
- เจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายได้รับการฝึกอบรม

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
ศึกษาและกำหนดกรอบแนวทางการปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม	2 เดือน	100,000		สนง. ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
กำหนดรูปแบบ และจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์	3 เดือน	300,000		สนง. ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
กำหนดพื้นที่ และแหล่งท่องเที่ยวที่จะนำเสนอ	1 เดือน			สนง. ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่	1 เดือน	300,000		สนง. ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	

3.4.7 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดนครสวรรค์

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดนครสวรรค์

จังหวัดนครสวรรค์ ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

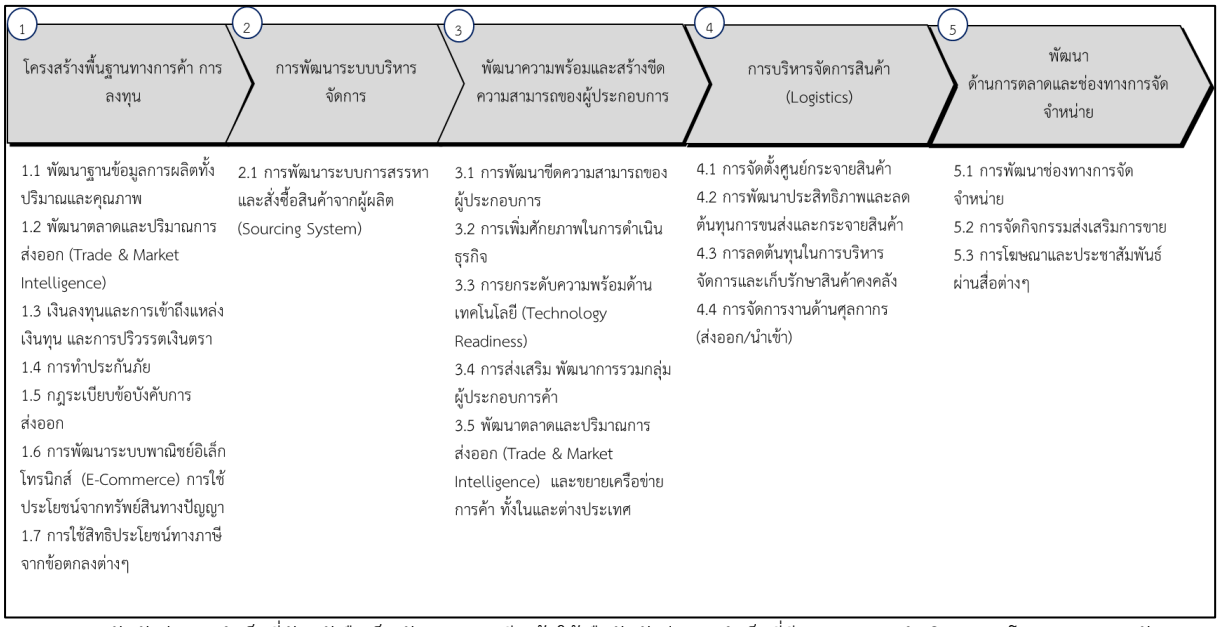
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ศูนย์กลางการค้าข้าว	- มีพื้นที่ติดภาคกลางและภาคเหนือที่มีผลผลิตข้าวรวมกันถึงร้อยละ 60 ของผลผลิตในประเทศ - เป็นจุดเชื่อมโยงการคมนาคมขนส่งสำคัญทั้งทางบก ทางน้ำ และระบบราง
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	- ประเพณีและวัฒนธรรมที่น่าสนใจของจังหวัดนครสวรรค์ เช่น ประเพณีตรุษจีน และประเพณีการแข่งเรือยาว เป็นต้น

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ศูนย์กลางการค้าข้าว</u>

ภายใต้ประเด็นศูนย์กลางการค้าข้าว ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 5 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) โครงสร้างพื้นฐานทางการค้า การลงทุน 2) การพัฒนาระบบบริหารจัดการ 3) พัฒนาความพร้อมและสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการ 4) การบริหารจัดการสินค้า (Logistics) และ 5) พัฒนาด้านการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ศูนย์กลางการค้าข้าว ของจังหวัดนครสวรรค์



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.โครงสร้างพื้นฐานทางการค้า การลงทุน	1.1 พัฒนาฐานข้อมูลการผลิตทั้งปริมาณและคุณภาพ 1.3 เงินลงทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการปริวรรตเงินตรา
2.การพัฒนาระบบบริหารจัดการ	2.1 การพัฒนาระบบการสรรหาและสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิต (Sourcing System)
3. พัฒนาความพร้อมและสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการ	3.1 การพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการ 3.2 การเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ 3.3 การยกระดับความพร้อมด้านเทคโนโลยี (Technology Readiness) 3.4 การส่งเสริม พัฒนาการรวมกลุ่มผู้ประกอบการค้า 3.5 พัฒนาตลาดและปริมาณการส่งออก (Trade & Market Intelligence) และขยายเครือข่ายการค้า ทั้งในและต่างประเทศ
4. การบริหารจัดการสินค้า (Logistics)	4.1 การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า 4.2 การพัฒนาประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่งและกระจายสินค้า 4.3 การลดต้นทุนในการบริหารจัดการและเก็บรักษาสินค้าคงคลัง 4.4 การจัดการงานด้านศุลกากร (ส่งออก/นำเข้า)
5. พัฒนาด้านการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย	5.1 การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	**แนวทางการพัฒนา[13]**		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.1/1.3/3.5/5.1	โครงการพัฒนาตลาดกลางค้าข้าวภาคเหนือตอนล่าง 1.พัฒนาฐานข้อมูล การผลิตทั้งปริมาณและคุณภาพข้าวกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 2.พัฒนาแหล่งเงินทุน และปริวรรตเงินตรา เพื่อส่งเสริมตลาดกลางค้าข้าว 3.ส่งเสริมพัฒนาตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย	พัฒนาให้จังหวัดนครสวรรค์เป็นศูนย์กลางธุรกิจค้าข้าวแบบครบวงจร เพื่อสร้างความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนให้กับข้าวของกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครสวรรค์
2.1/3.1/3.2	โครงการพัฒนาระบบการสรรหาและสั่งซื้อข้าวจากโรงสี	1. เพื่อศึกษาการพัฒนาระบบการสรรหาและสั่งซื้อข้าวจากโรงสีอย่างมีประสิทธิภาพ 2. ผู้ซื้อสามารถซื้อข้าวในปริมาณและคุณภาพที่ตรงกับความต้องการ มีแนวทางการจัดสรรคำสั่งซื้อไปยังโรงสีสมาชิกที่เป็นธรรม โปร่งใส และเป็นที่ยอมรับของสมาชิกส่วนใหญ่ 3. กระตุ้นให้ผู้ประกอบการโรงสีข้าวมีการพัฒนาทางด้านการผลิตที่พร้อมรับคำสั่งซื้อ	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครสวรรค์
3.1/3.3/3.4/4.3	โครงการพัฒนาขีดความสามารถการผลิตและโลจิสติกส์	1. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดความสูญเสียลดต้นทุนให้กับสถานประกอบการ 2. เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ด้านโลจิสติกส์ให้แก่บุคลากรหลักในสถานประกอบการ	สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครสวรรค์และ 8 จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง

[13]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[13]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
		3. เพื่อลดต้นทุนในการจัดการสินค้าคงคลัง ลดต้นทุนในการขนส่ง 4. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันแก่สถานประกอบการ	
4.2/4.4	โครงการศูนย์ one stop service ด้านการส่งออก	1) เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการ 2) เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการส่งออกแก่ผู้ประกอบการ 3) เพื่อสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ	สำนักงานจังหวัดนครสวรรค์ ร่วมกับ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครสวรรค์
4.1/4.2/4.4	โครงการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า และ ICD	1) เพื่อตอบสนองนโยบายรัฐบาลในการพัฒนาระบบขนส่งโลจิสติกส์ ลดการใช้พลังงาน 2) เพื่อส่งเสริมการแปรรูป การตลาด การขนส่งและการกระจายสินค้า 3) เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งสินค้า 4) เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการ ตัวอย่างอ้างอิง เช่น สถานีบรรจุและแยกสินค้ากล่องนอกท่าเรือ (Inland Container Depot : ICD) แห่งแรกของประเทศไทย สร้างขึ้นโดยการดำเนินงานของการรถไฟแห่งประเทศไทยในพื้นที่ลาดกระบัง	สำนักงานจังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[13]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
2.1/3.2/3.3/3.4	โครงการพัฒนาระบบการสรรหาข้าวเปลือกทั้งปริมาณและคุณภาพ (ภาคเหนือตอนล่าง)	1. การรวมแปลงปลูกข้าวขนาดใหญ่และปลูกข้าวชนิดเดียวกัน 2. มีเป้าหมายการผลิตร่วมกันอย่างชัดเจนรู้ตลาดแน่นอน (Contract Farming) 3. เกษตรกรผลิตข้าวได้คุณภาพตามมาตรฐานตรงกับความต้องการของตลาด	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด
3.4	โครงการส่งเสริมและพัฒนาการรวมกลุ่มของชาวนา	1. เกษตรกรมีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างอำนาจต่อรอง 2. มีกระบวนการบริหารจัดการที่ดี (ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมทำ ร่วมแบ่งผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม)	สำนักงานสหกรณ์จังหวัด
3.2/3.3/3.4	โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพโรงสีชุมชนและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว	พัฒนาผลิตภัณฑ์จากข้าวโดยการแปรรูป ใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเพื่อสร้างสินค้า ที่มีมูลค่าสูง ต่อยอดเป็นสินค้า OTOP เพื่อสร้างงานสร้างรายได้ รวมทั้ง เปิดตลาดและประชาสัมพันธ์สินค้าดังกล่าว และพัฒนาสร้างเครือข่าย โรงสีชุมชนและผู้ประกอบการแปรรูปจากข้าวเพื่อสร้างความเข้มแข็ง เกิดการรวมกลุ่มบูรณาการ การทำงานร่วมกัน	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้ 2) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย 3) พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน 4) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในชุมชน 5) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 6) พัฒนากิจกรรมและของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมและ 7) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดนครสวรรค์

หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้	1.1 การจัดเก็บ และรวบรวมความรู้เชิงวัฒนธรรม 1.2 การพัฒนาและบริหารจัดการองค์ความรู้เชิงวัฒนธรรม 1.3 การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ความรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 1.4 การพัฒนาแหล่งข้อมูลและ Tourist Center สำหรับชุมชน
2. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย	2.1 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2.2 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน	3.2 การศึกษาแนวทางการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) - ช่วงเวลาและจำนวน

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
	3.3 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว 3.4 การพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ 3.5 การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุงฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว
4. เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในชุมชน	4.1 การพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว / บุคลากรที่เกี่ยวข้อง 4.2 การปรับปรุงทัศนคติและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
5. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.2 การปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 5.3 การการจัดการขยะ และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ 5.4 การประเมินมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวก และพัฒนาแนวทางปรับปรุง (ห้องน้ำ ร้านอาหาร ร้านค้า) 5.5 การส่งเสริมคุณภาพที่พักในบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว
6. พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม	6.4 การปรับปรุงของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม
7. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[14]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.3/2.2/3.3/3.4/4.1/ 4.2	โครงการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดที่มีศักยภาพในการรองรับและดึงดูดนักท่องเที่ยวมีหลายแห่งและสามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและร้านค้าของฝากร้านอาหารในจังหวัดได้เป็นอย่างดี จึงจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขึ้น 15	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครสวรรค์

[14]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[14]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
		เส้นทาง มีการจัดทำองค์ความรู้ การพัฒนาฟื้นฟูแหล่งโครงสร้างพื้นฐาน บุคลากร และจัดทำการตลาด ปชส. เผยแพร่สู่นักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว	
1.1/1.2/1.4	โครงการจัดเก็บองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดนครสวรรค์ โดยมีข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมและประมวลผลผ่านการจัดการความรู้ เป็นการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งในและนอกชุมชนให้เกิดความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้ กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนมากขึ้น	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด
2.1	โครงการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครสวรรค์	นำผลการสำรวจมาเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงกิจกรรมต่าง ให้ตอบสนองความต้องการและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวจังหวัดนครสวรรค์มากขึ้น	สำนักงานสถิติจังหวัดนครสวรรค์
3.2	โครงการศึกษาการจัดการขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในช่วงงานตรุษจีน	เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ การจัดงานตรุษจีนของจังหวัดนครสวรรค์จะมีการอำนวยความสะดวก ตั้งแต่ - ที่พัก ร้านอาหาร ร้านของฝากที่ระลึก, เจ้าหน้าที่ในการให้ข้อมูลการท่องเที่ยว - ความสะอาดของสถานที่ ห้องน้ำ-ห้องสุขามีเพียงพอ ลานจอดรถ จุดรองรับขยะ - ความสะดวกในการจราจร ความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน	สำนักงานจังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[14]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
3.5/4.1/4.2/5.2/ 5.3	โครงการเฝ้าระวังผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทาง ปรับปรุง ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว	เฝ้าระวัง ยับยั้ง ป้องกันผลกระทบจากการท่องเที่ยว ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด
5.4/5.5/6.4	โครงการพัฒนาชุมชนรองรับการท่องเที่ยว	1. พัฒนาชุมชนและสร้างอัตลักษณ์ /ค้นหา Positioning ของหมู่บ้าน 2. สร้าง/พัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นเกิดของที่ระลึกหรือผลิตภัณฑ์ๆ ของชุมชน 3. เชื่อมโยงการพัฒนาหมู่บ้านกับการท่องเที่ยว รวมทั้งสร้างรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด
7.1/7.2	โครงการ App นครสวรรค์	นักท่องเที่ยวมีช่องทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครสวรรค์ที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว และทำให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	ททท. ในพื้นที่

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดนครสวรรค์

ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด โดยในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผ่านกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน มีสรุปรายละเอียดดังนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ศูนย์กลางการค้าข้าว

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

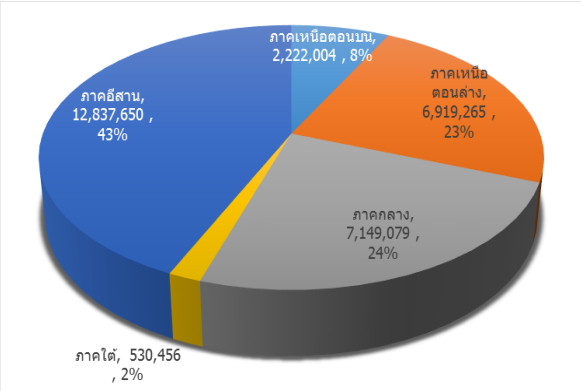
- มีพื้นที่ติดภาคกลางและภาคเหนือที่มีผลผลิตข้าวรวมกันถึงร้อยละ 60 ของผลผลิตในประเทศ
- เป็นจุดเชื่อมโยงการคมนาคมขนส่งสำคัญทั้งทางบก ทางน้ำ และระบบราง

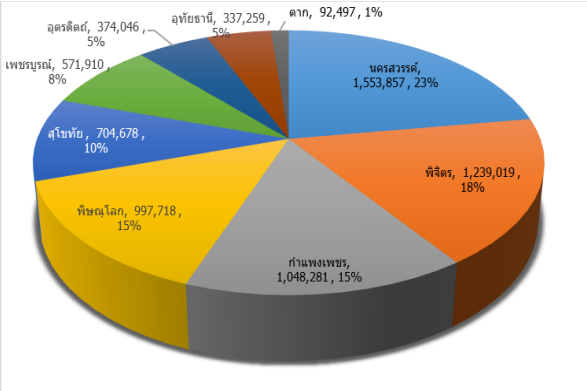
ตารางที่ 3.10-23: พื้นที่ปลูกข้าวชนิดต่างๆ พื้นที่ปลูกข้าวชนิดต่างๆ (ไร่) (ข้อมูลสะสม ตั้งแต่ 1 พ.ค. 59 – 15 ก.ย. 59)

จังหวัด	ข้าวหอมมะลิ	ข้าวหอมปทุม	ข้าวเจ้า	ข้าวเหนียว	ข้าวสี	ข้าวอินทรีย์	รวม
นครสวรรค์	**888,834**	**36,528**	**1,273,796**	**7,909**	**977**	**44**	**2,208,088**
พิจิตร	714,136	14,428	838,190	542	2,295	29	1,569,620
พิษณุโลก	376,770	32,467	735,744	84,059	913	-	1,229,953
กำแพงเพชร	107,540	41,113	935,948	9,852	753	39	1,095,245
เพชรบูรณ์	255,298	22,111	434,278	200,863	3,146	15	915,711
สุโขทัย	151,155	21,862	701,472	25,643	701	-	900,833
อุตรดิตถ์	58,713	141,371	238,782	88,054	1,688	28	528,636
อุทัยธานี	31,525	68,308	378,494	2,453	1,345	81	482,206
ตาก	93,999	4,332	71,669	25,056	339	9	195,404
รวมภาคเหนือตอนล่าง	2,677,970	382,520	5,608,373	444,431	12,157	245	9,125,696

ที่มา: รายงานสถานการณ์การเพาะปลูกข้าวปี 2559/60 รอบที่ 1

แผนภาพที่ 3.10-9: พื้นที่ปลูกข้าวชนิดต่างๆ พื้นที่ปลูกข้าวชนิดต่างๆ ของจังหวัดนครสวรรค์





2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

ตารางที่ 3.10-24: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ศูนย์กลางการค้าข้าว ของจังหวัดนครสวรรค์

1 โครงสร้างพื้นฐานทางการค้า การลงทุน	2 การพัฒนาระบบบริหารจัดการ	3 พัฒนาความพร้อมและสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการ	4 การบริหารจัดการสินค้า (Logistics)	5 พัฒนาด้านการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย
1.1 พัฒนาฐานข้อมูลการผลิตทั้งปริมาณและคุณภาพ 1.2 พัฒนาตลาดและปริมาณการส่งออก (Trade & Market Intelligence) 1.3 เงินลงทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการปริวรรตเงินตรา 1.4 การทำประกันภัย 1.5 กฎระเบียบข้อบังคับการส่งออก 1.6 การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กโทรนิกส์ (E-Commerce) การใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา 1.7 การใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีจากข้อตกลงต่างๆ	2.1 การพัฒนาระบบการสรรหาและสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิต (Sourcing System)	3.1 การพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการ 3.2 การเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ 3.3 การยกระดับความพร้อมด้านเทคโนโลยี (Technology Readiness) 3.4 การส่งเสริม พัฒนาการรวมกลุ่มผู้ประกอบการค้า 3.5 พัฒนาตลาดและปริมาณการส่งออก (Trade & Market Intelligence) และขยายเครือข่ายการค้า ทั้งในและต่างประเทศ	4.1 การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า 4.2 การพัฒนาประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่งและกระจายสินค้า 4.3 การลดต้นทุนในการบริหารจัดการและเก็บรักษาสินค้าคงคลัง 4.4 การจัดการงานด้านศุลกากร (ส่งออก/นำเข้า)	5.1 การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย 5.2 การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย 5.3 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ

3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด พบว่ายังไม่เคยมีโครงการ เนื่องจากยังไม่เคยดำเนินการใดๆ ในเรื่องนี้ ทั้งนี้ได้คิดโครงการรองรับตามปัจจัยสู่ความสำเร็จในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.10-25: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. โครงสร้างพื้นฐานทางการค้า การลงทุน	1.1 พัฒนาฐานข้อมูลการผลิตทั้งปริมาณและคุณภาพ 1.3 เงินลงทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการปริวรรตเงินตรา
2. การพัฒนาระบบบริหารจัดการ	2.1 การพัฒนาระบบการสรรหาและสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิต (Sourcing System)
3. พัฒนาความพร้อมและสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการ	3.1 การพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการ 3.2 การเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ 3.3 การยกระดับความพร้อมด้านเทคโนโลยี (Technology Readiness) 3.4 การส่งเสริม พัฒนาการรวมกลุ่มผู้ประกอบการค้า 3.5 พัฒนาตลาดและปริมาณการส่งออก (Trade & Market Intelligence) และขยายเครือข่ายการค้า ทั้งในและต่างประเทศ
4. การบริหารจัดการสินค้า (Logistics)	4.1 การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า 4.2 การพัฒนาประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่งและกระจายสินค้า 4.3 การลดต้นทุนในการบริหารจัดการและเก็บรักษาสินค้าคงคลัง 4.4 การจัดการงานด้านศุลกากร (ส่งออก/นำเข้า)
5. พัฒนาด้านการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย	5.1 การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดนครสวรรค์

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหา หรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.10-26: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[15]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1/1.3/3.5/5.1	โครงการพัฒนาตลาดกลางค้าข้าวภาคเหนือตอนล่าง 1.พัฒนาฐานข้อมูล การผลิตทั้งปริมาณและคุณภาพข้าวกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 2.พัฒนาแหล่งเงินทุน และปริวรรตเงินตรา เพื่อส่งเสริมตลาดกลางค้าข้าว 3.ส่งเสริมพัฒนาตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย	พัฒนาให้จังหวัดนครสวรรค์เป็นศูนย์กลางธุรกิจค้าข้าวแบบครบวงจร เพื่อสร้างความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ให้กับข้าวของกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครสวรรค์
2.1/3.1/3.2	โครงการพัฒนาระบบการสรรหาและสั่งซื้อข้าวจากโรงสี	1. เพื่อศึกษาการพัฒนาระบบการสรรหาและสั่งซื้อข้าวจากโรงสีอย่างมีประสิทธิภาพ 2. ผู้ซื้อสามารถซื้อข้าวในปริมาณและคุณภาพที่ตรงกับความต้องการ มีแนวทางการจัดสรรคำสั่งซื้อไปยังโรงสีสมาชิกที่เป็นธรรม โปร่งใส และเป็นที่ยอมรับของสมาชิกส่วนใหญ่ 3. กระตุ้นให้ผู้ประกอบการโรงสีข้าวมีการพัฒนาทางด้านการผลิตที่พร้อมรับคำสั่งซื้อ	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครสวรรค์
3.1/3.3/3.4/4.3	โครงการพัฒนาขีดความสามารถการผลิตและโลจิสติกส์	1. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดความสูญเสียลดต้นทุนให้กับสถานประกอบการ 2. เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ด้านโลจิสติกส์ให้แก่บุคลากรหลักในสถานประกอบการ 3. เพื่อลดต้นทุนในการจัดการสินค้าคงคลัง ลดต้นทุนในการขนส่ง	สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครสวรรค์ และ 8 จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง

[15]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
		4. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันแก่สถานประกอบการ	
4.2/4.4	โครงการศูนย์ one stop service ด้านการส่งออก	1) เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการ 2) เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการส่งออกแก่ผู้ประกอบการ 3) เพื่อสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ	สำนักงานจังหวัดนครสวรรค์ ร่วมกับ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครสวรรค์
4.1/4.2/4.4	โครงการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า และ ICD	1) เพื่อตอบสนองนโยบายรัฐบาลในการพัฒนาระบบขนส่งโลจิสติกส์ ลดการใช้พลังงาน 2) เพื่อส่งเสริมการแปรรูป การตลาด การขนส่งและการกระจายสินค้า 3) เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งสินค้า 4) เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการ ตัวอย่างอ้างอิง เช่น สถานีบรรจุและแยกสินค้ากล่องนอกท่าเรือ (Inland Container Depot : ICD) แห่งแรกของประเทศไทย สร้างขึ้นโดยการดำเนินงานของการรถไฟแห่งประเทศไทยในพื้นที่ลาดกระบัง	สำนักงานจังหวัดนครสวรรค์
2.1/3.2/3.3/3.4	โครงการพัฒนาระบบการสรรหาข้าวเปลือกทั้งปริมาณและคุณภาพ (ภาคเหนือตอนล่าง)	1. การรวมแปลงปลูกข้าวขนาดใหญ่และปลูกข้าวชนิดเดียวกัน 2. มีเป้าหมายการผลิตร่วมกันอย่างชัดเจนรู้ตลาดแน่นอน (Contract Farming) 3. เกษตรกรผลิตข้าวได้คุณภาพตามมาตรฐานตรงกับความต้องการของตลาด	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
3.4	โครงการส่งเสริมและพัฒนาการรวมกลุ่มของชาวนา	1. เกษตรกรมีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างอำนาจต่อรอง 2. มีกระบวนการบริหารจัดการที่ดี (ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมทำ ร่วมแบ่งผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม)	สำนักงานสหกรณ์จังหวัด
3.2/3.3/3.4	โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพโรงสีชุมชนและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว	พัฒนาผลิตภัณฑ์จากข้าวโดยการแปรรูปใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรม เพื่อสร้างสินค้า ที่มีมูลค่าสูง ต่อยอดเป็นสินค้า OTOP เพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ รวมทั้งเปิดตลาดและประชาสัมพันธ์สินค้าดังกล่าว และพัฒนาสร้างเครือข่าย โรงสีชุมชน และผู้ประกอบการแปรรูปจากข้าว เพื่อสร้างความเข้มแข็ง เกิดการรวมกลุ่มบูรณาการ การทำงานร่วมกัน	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: พัฒนาตลาดกลางค้าข้าวภาคเหนือตอนล่าง
ที่มา / หลักการและเหตุผล: จังหวัดกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง เป็นแหล่งผลิตข้าวที่สำคัญมีปริมาณผลผลิตข้าวร้อยละ 30 ของประเทศและเป็นแหล่งผลิตข้าวนาปีที่มีผลผลิตสูงสุดอันดับ 1 ของประเทศ มีโรงสีและคลังข้าวที่มีศักยภาพในการรองรับผลผลิตข้าวจากภาคเหนือและภาคกลางอีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางการค้าข้าวที่มีศักยภาพของประเทศ จังหวัดนครสวรรค์เป็นจุดเชื่อมโยงการคมนาคมขนส่งสำคัญ ทั้งทางบก ทางน้ำ และระบบราง สามารถเชื่อมโยงไปยังภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความเหมาะสมที่จะพัฒนาให้เป็นตลาดกลางค้าข้าวภาคเหนือตอนล่าง ดึงดูดให้ผู้ซื้อและผู้ขายข้าวจำนวนมากเข้ามาในระบบตลาดกลางฯ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับธุรกิจข้าวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง ซึ่งจากเดิมที่การซื้อขายข้าวของภาคจะเป็นการขายผ่านตัวบุคคล หรือบริษัทกับผู้ซื้อ ขาดอำนาจในการต่อรองและเรื่องราคาและข้อจำกัดในเรื่องปริมาณการซื้อขายข้าว
สรุปแนวคิดโครงการ พัฒนาให้จังหวัดนครสวรรค์เป็นศูนย์กลางธุรกิจค้าข้าวแบบครบวงจร เพื่อสร้างความ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ให้กับข้าวของกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง โดยการสร้างตลาดกลางที่มีทั้งการซื้อขายแบบ electronic trading และการทำ business matching แบบ one-stop service ที่ช่วยให้ผู้ซื้อลดต้นทุนและความยากลำบากในการหาข้าว

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1.พัฒนาฐานข้อมูล การผลิตทั้งปริมาณและคุณภาพข้าวกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง

2.พัฒนาแหล่งเงินทุน และปริวรรตเงินตรา เพื่อส่งเสริมตลาดกลางค้าข้าว

- คลินิกให้คำปรึกษา แนะนำ และอำนวยความสะดวก ในเรื่องกฎระเบียบ สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ
- การจด GI ข้าวที่มีแหล่งกำเนิดของจังหวัดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

3.ส่งเสริมพัฒนาตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย

- การออกแบบระบบการซื้อขายผ่านตลาดกลางค้าข้าวภาคเหนือตอนล่าง / การอบรมพัฒนาบุคลากรควบคุม ดูแลระบบฯ
- พัฒนาฐานข้อมูลตลาดและการส่งออก (Trade & Market Intelligence)
- การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กโทรนิกส์ (E-Commerce)
- การเชื่อมโยงตลาดและเจรจาการค้า (Business Matching)
- การแสดง/จำหน่ายสินค้าทั้งในและต่างประเทศ
- การนำผู้ซื้อพบผู้ขาย ณ แหล่งผลิต
- การโฆษณาประชาสัมพันธ์
- การสร้างเครือข่ายการค้า การลงทุนทั้งในและต่างประเทศ

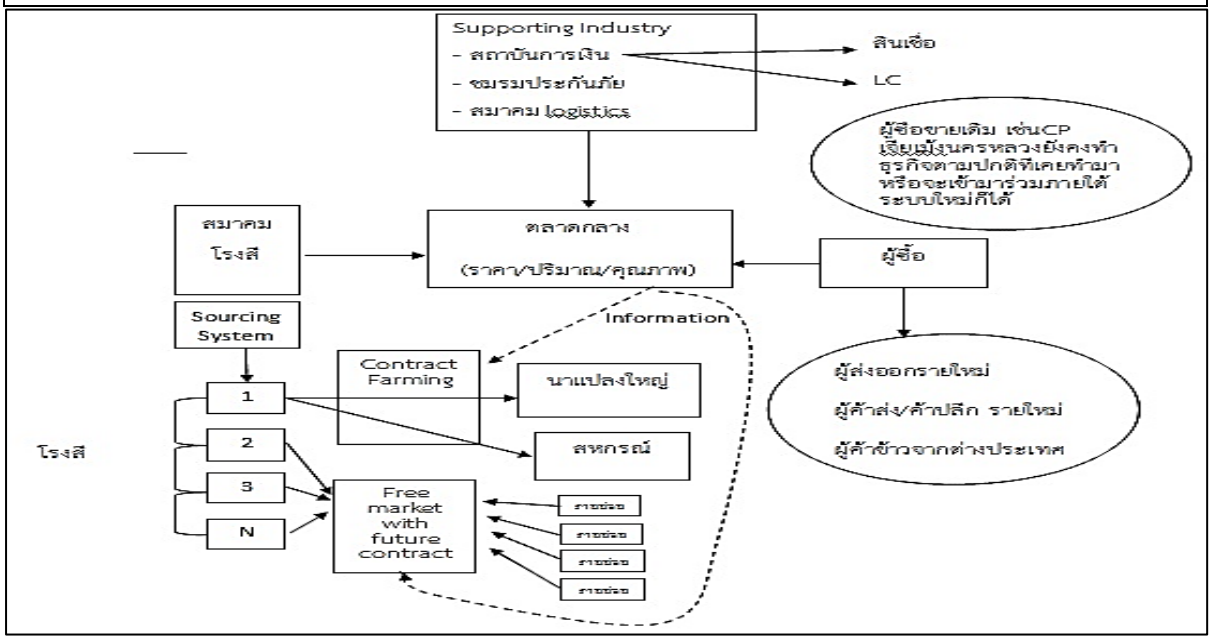
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การบูรณาการทำงานจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ภาคเอกชน หอการค้า สภาอุตสาหกรรม กลุ่มชาวนา ซึ่งมีโรงสีเป็นหลักในการขับเคลื่อน ภาคราชการหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรฯ ก.อุตสาหกรรม ก. การคลัง ก.แรงงานให้การแนะนำ ส่งเสริม สนับสนุน และอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการพัฒนาตลาดกลางค้าข้าวภาคเหนือตอนล่าง

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครสวรรค์

ผลลัพธ์: มีการขายข้าวผ่านตลาดกลาง (GPP อาจไม่เพิ่มขึ้น)

ผลผลิต: จังหวัดนครสวรรค์เป็นศูนย์กลางการค้าข้าวแบบครบวงจร

ตัวชี้วัดของโครงการ: มูลค่าการขายข้าวผ่านตลาดกลางค้าข้าวคิดเป็น 30 % ของการค้าขายข้าวภาคเหนือตอนล่าง



ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.ประชุมชี้แจงโครงการฯ พร้อมรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน	ต.ค 61		รายละเอียดโครงการ	สนง.พาณิชย์จังหวัด	
2. รวบรวม วิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูล ปริมาณ คุณภาพ/ชนิดข้าว และข้อมูลเพิ่มเติมของแต่ละโรงสีเพื่อเป็นฐานข้อมูลประกอบการขายข้าว	ต.ค. – ธ.ค.61		ข้อมูลของแต่ละโรงสี	สนง.พาณิชย์จังหวัด ชมรมโรงสี	
3. ประชุมหารือ เตรียมความพร้อม ในเรื่องเงินทุน การประกันภัย การตรวจสอบและรับรองคุณภาพข้าว กฎระเบียบ สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ	พ.ย.61 – มี.ค.62		แหล่งเงินทุน	สนง.คลังจังหวัด สนง.พาณิชย์จังหวัด	
4.การออกแบบระบบการซื้อขายผ่านตลาดกลาง (Sourcing System) และอบรมพัฒนาบุคคลากรควบคุม ดูแลระบบ	ม.ค. 62 เป็นต้นไป		ข้าว	สนง.พาณิชย์จังหวัด ชมรมโรงสี	
5.ประเมินผลการดำเนินโครงการฯ เพื่อนำมาปรับปรุง	ก.ย.62		ผลการประเมิน	สนง.พาณิชย์จังหวัด ชมรมโรงสี	

ชื่อโครงการ: การพัฒนาระบบการสรรหาและสั่งซื้อข้าวจากโรงสี
ที่มา / หลักการและเหตุผล: เนื่องจากการสั่งซื้อข้าวของผู้ซื้อ โดยผ่านสมาคมหรือชมรมโรงสีข้าวยังไม่มีระบบการสรรหาและสั่งซื้อจากโรงสีที่มีประสิทธิภาพ ทำให้การกระจายการสั่งซื้อข้าวจากโรงสีที่เป็นสมาชิกยังไม่ทั่วถึง ทำให้เกิดความไม่เป็นธรรม ดังนั้นการพัฒนาระบบการสรรหาและสั่งซื้อข้าวจากโรงสีจึงมีความสำคัญ เพื่อให้การจัดสรรการสั่งซื้อข้าวสัดส่วนที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ ตลอดจนเพื่อรองรับการเป็นศูนย์กลางการค้าข้าวแบบครบวงจร
สรุปแนวคิดโครงการ 1. เพื่อศึกษาการพัฒนาระบบการสรรหาและสั่งซื้อข้าวจากโรงสีสมาชิกอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรม 2. มีแนวทางการจัดสรรคำสั่งซื้อไปยังโรงสีสมาชิกที่เป็นธรรม โปร่งใส และเป็นที่ยอมรับของสมาชิกส่วนใหญ่ ผู้ซื้อสามารถซื้อข้าวในปริมาณและคุณภาพที่ตรงกับ ความต้องการ 3. กระตุ้นให้ผู้ประกอบการโรงสีข้าวมีการพัฒนาทางด้านการผลิตที่พร้อมรับคำสั่งซื้อ
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ จัดจ้างที่ปรึกษาเพื่อพัฒนาระบบการสรรหาและสั่งซื้อข้าวจากโรงสี
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดฯ, สำนักงานพาณิชย์จังหวัดฯ, หอการค้าจังหวัดฯ, สภาอุตสาหกรรมจังหวัด, ชมรมโรงสีข้าว, สถาบันการศึกษา
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครสวรรค์
ผลลัพธ์: สถานประกอบการโรงสีข้าวได้รับการสั่งซื้ออย่างทั่วถึงและเป็นธรรม
ผลผลิต: มีระบบการสรรหาและสั่งซื้อข้าวจากโรงสีสมาชิก
ตัวชี้วัดของโครงการ: คะแนนความพึงพอใจของสมาชิก

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
พัฒนาระบบการสรรหาและสั่งซื้อข้าวจากโรงสี	ตุลาคม 2562 – กันยายน 2563		ข้อมูลโรงสีข้าว	สนง.พาณิชย์จังหวัด/ชมรมโรงสี	
ชี้แจงหลักเกณฑ์วิธีการสรรหาและสั่งซื้อข้าวจากโรงสีแก่ผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิก				สนง.พาณิชย์จังหวัด/ชมรมโรงสี	
ติดตามประเมินผล				สนง.พาณิชย์จังหวัด/ชมรมโรงสี	

ชื่อโครงการ: พัฒนาขีดความสามารถการผลิตและโลจิสติกส์
ที่มา / หลักการและเหตุผล: เนื่องจากข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจหลักของจังหวัดนครสวรรค์ โรงงานอุตสาหกรรมของจังหวัดนครสวรรค์ส่วนใหญ่ประกอบกิจการสีข้าว แต่ผู้ประกอบการบางส่วนยังไม่ได้รับการพัฒนาทางด้านการผลิต ทั้งในด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ด้านโลจิสติกส์เกี่ยวกับการบริหารสินค้าคงคลัง การเคลื่อนย้ายสินค้า ตลอดจนทางด้านแรงงาน ดังนั้นการพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตจึงมีความสำคัญ จึงเป็นการนำความรู้ที่ได้รับไปพัฒนาต่อยอดจะทำให้สามารถลดต้นทุนและเพิ่มรายได้ให้กับสถานประกอบการ
สรุปแนวคิดโครงการ 1. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดความสูญเสียลดต้นทุนให้กับสถานประกอบการ 2. เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ด้านโลจิสติกส์ให้แก่บุคลากรหลักในสถานประกอบการ 3. เพื่อลดต้นทุนในการจัดการสินค้าคงคลัง ลดต้นทุนในการขนส่ง 4. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันแก่สถานประกอบการ
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ การให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึกด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการบริหารจัดการโลจิสติกส์
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สนง.อุตสาหกรรมจังหวัดจัดกิจกรรมให้คำปรึกษาเชิงลึกแก่ผู้ประกอบการเพื่อลดต้นทุนการผลิตและการบริหารจัดการโลจิสติกส์ โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมได้แก่ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดฯ, สำนักงานพาณิชย์จังหวัดฯ, สำนักงานแรงงานจังหวัด/ หอการค้าจังหวัด/ สภาอุตสาหกรรมจังหวัด/ ชมรมโรงสีข้าว/ สถาบันการศึกษา
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครสวรรค์ + 8 จังหวัด
ผลลัพธ์: สถานประกอบการสามารถลดต้นทุนและมีรายได้เพิ่มขึ้น
ผลผลิต: ผู้ประกอบการได้รับการพัฒนาความรู้เพื่อใช้ในการประกอบกิจการอย่างมีประสิทธิภาพ
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1. เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต หรือ ลดความสูญเสียหรือลดต้นทุนให้กับสถานประกอบการได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 2. สถานประกอบการสามารถลดต้นทุนโลจิสติกส์ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. แต่งตั้งคณะกรรมการ	ตุลาคม 2562 – กันยายน 2563		ฐานข้อมูลสถานประกอบการสีข้าว	สนง. อุตสาหกรรมจังหวัดฯ	
2. กำหนดหลักเกณฑ์การคัดเลือกสถานประกอบการ				สนง. อุตสาหกรรมจังหวัดฯ	
3. ดำเนินการคัดเลือกสถานประกอบการ				สนง. อุตสาหกรรมจังหวัดฯ	
4. การให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึกแก่ผู้ประกอบการด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และการบริหารจัดการโลจิสติกส์				สนง. อุตสาหกรรมจังหวัดฯ	
5. ติดตามประเมินผล				สนง. อุตสาหกรรมจังหวัดฯ	

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาระบบการสรรหาข้าวเปลือกทั้งปริมาณและคุณภาพ(ภาคเหนือตอนล่าง)
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ภาคเหนือตอนล่างมีพื้นที่ปลูกข้าวประมาณ 7 ล้านไร่ มีผลผลิต ประมาณ 4.5 ล้านตัน ส่วนใหญ่ปลูกข้าวเจ้าหลากหลายสายพันธุ์ โดยเฉพาะ ข้าวอายุสั้น ซึ่งมีขนาดเมล็ดไม่ได้มาตรฐานตรงกับความต้องการของตลาด จึงต้องพัฒนาระบบการสรรหาข้าวเปลือกให้ตรงกับความต้องการของโรงสีที่ได้รับคำสั่งซื้อจากตลาดกลางอีกต่อหนึ่ง
สรุปแนวคิดโครงการ 1. การรวมแปลงปลูกข้าวขนาดใหญ่และปลูกข้าวชนิดเดียวกัน 2. มีเป้าหมายการผลิตร่วมกันอย่างชัดเจนรู้ตลาดแน่นอน (Contract Farming) 3. เกษตรกรผลิตข้าวได้คุณภาพตามมาตรฐานตรงกับความต้องการของตลาด
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. ส่งเสริมการผลิตข้าวที่ตรงกับความต้องการของตลาด - ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตข้าวทุกขั้นตอนผ่านแปลงเรียนรู้ - สนับสนุนปัจจัยการผลิต เช่น พันธุ์ข้าว สารชีวภัณฑ์ - ส่งเสริมการปรับปรุงบำรุงดิน (ใช้ปุ๋ยตามค่าวิเคราะห์ดิน) 2. จัดทำแปลงผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวที่ตลาดต้องการ (พันธุ์ข้าวใหม่ที่ตลาดต้องการ) 3. การรับรองมาตรฐานการผลิตข้าว (GAP/ เกษตรอินทรีย์) 4. พัฒนาระบบส่งน้ำและกระจายน้ำ
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แบ่งระบบการสรรหาออกเป็นสองทางคือแบบ contract farming และแบบตลาดแข่งขัน โดยกรณีตลาดแข่งขัน ตลาดกลางเป็นผู้ให้ข้อมูลด้านราคาแก่เกษตรกร โดยมีหน่วยงานในกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วม
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด
ผลลัพธ์: เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น
ผลผลิต: เกษตรกรผลิตข้าวได้ตรงกับความต้องการของตลาด
ตัวชี้วัดของโครงการ: เกษตรกรสามารถผลิตข้าวเปลือกคุณภาพดีตรงกับความต้องการของโรงสีที่ได้รับคำสั่งซื้อจากตลาดกลางได้ปีละ 200,000 ตัน

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ส่งเสริมการผลิตข้าวที่ตรงกับความต้องการของตลาด - ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตข้าวทุกขั้นตอนผ่านแปลงเรียนรู้ - สนับสนุนปัจจัยการผลิต เช่น พันธุ์ข้าว สารชีวภัณฑ์ - ส่งเสริมการปรับปรุงบำรุงดิน (ใช้ปุ๋ยตามค่าวิเคราะห์ดิน)	ตุลาคม 2561 – กันยายน 2565	-	- เครื่องจักรกลทางการเกษตรที่เกี่ยวข้อง เช่น เครื่องคัดเมล็ดพันธุ์ข้าว เป็นต้น	- หน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ - ผู้ประกอบการ (โรงสี)	
2. จัดทำแปลงผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวที่ตลาดต้องการ (พันธุ์ข้าวใหม่ที่ตลาดต้องการ)					
3. การรับรองมาตรฐานการผลิตข้าว (GAP/ เกษตรอินทรีย์)					
4. สร้าง application ให้ข้อมูลด้านราคาแก่เกษตรกร					

ชื่อโครงการ: โครงการส่งเสริมและพัฒนาการรวมกลุ่มของชาวนา
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ชาวนาไทยส่วนใหญ่ผลิตแบบต่างคนต่างทำ ไม่มีการรวมกันซื้อหรือขายรวมทั้งไม่มีการบริหารจัดการร่วมกันจึงส่งผลให้ชาวนามีต้นทุนการผลิตที่สูง และขาดอำนาจการต่อรองกับผู้ซื้อ และไม่สามารถผลิตข้าวคุณภาพที่ระบุตามจำนวนที่ตลาดต้องการ
สรุปแนวคิดโครงการ 1. เกษตรกรมีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างอำนาจต่อรอง 2. มีกระบวนการบริหารจัดการที่ดี (ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมทำ ร่วมแบ่งผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม)
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. ส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน/สหกรณ์ : อบรมถ่ายทอดความรู้การจัดตั้งกลุ่มการบริหารจัดการกลุ่ม และเชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนร่วมกับสมาคมโรงสีข้าว 2. พัฒนายกระดับกลุ่มวิสาหกิจเข้าสู่ระบบสหกรณ์
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กลุ่มเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน/สหกรณ์ ดำเนินการตามหลักการสหกรณ์ 7 ประการ หลักการที่ 1 การเป็นสมาชิกโดยสมัครใจและเปิดกว้าง หลักการที่ 2 การควบคุมโดยสมาชิกตามหลักประชาธิปไตย หลักการที่ 3 การมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจของสมาชิก หลักการที่ 4 การปกครองตนเองและความเป็นอิสระ หลักการที่ 5 การศึกษา ฝึกอบรม และสารสนเทศ หลักการที่ 6 การร่วมมือระหว่างสหกรณ์ หลักการที่ 7 การเอื้ออาทรต่อชุมชน
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานสหกรณ์จังหวัด
ผลลัพธ์: เกษตรกรผลิตข้าวได้ตามความต้องการของตลาด
ผลผลิต: เกษตรกรเกิดการรวมกลุ่ม
ตัวชี้วัดของโครงการ: เกษตรกรมีการรวมกลุ่มเป็นองค์กรเกษตรกรไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน/สหกรณ์ - อบรมถ่ายทอดความรู้การจัดตั้งกลุ่มการบริหารจัดการกลุ่ม - เชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนร่วมกับสมาคมโรงสีข้าว	ตุลาคม 2561 – กันยายน 2565	-	-	- สำนักงานสหกรณ์จังหวัด/สำนักงานเกษตรจังหวัด	
2 .พัฒนายกระดับกลุ่มวิสาหกิจเข้าสู่ระบบสหกรณ์					

ชื่อโครงการ: ศูนย์ one stop service ด้านการส่งออก
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์และกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง มีผู้ประกอบการในหลากหลายประเภทธุรกิจ ที่มีศักยภาพในการส่งออก เพื่อเป็นการเสริมสร้างศักยภาพการส่งออกและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการ และเป็นการส่งเสริมการทำงานของศูนย์กระจายสินค้า และ ICD จึงเห็นควรจัดทำโครงการ ศูนย์ one stop service ด้านการส่งออก ขึ้น
สรุปแนวคิดโครงการ: 1) เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการ 2) เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการส่งออกแก่ผู้ประกอบการ 3) เพื่อสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. กำหนดแนวทาง และกิจกรรมที่จะดำเนินงานของศูนย์ฯ 2. การฝึกอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ 3. บริการออกใบรับรอง/ใบอนุญาตการส่งออก 4. บริการจับคู่ธุรกิจ 5. จัดคลินิกให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการในด้านต่าง ๆ 6. บริการรับรองแหล่งที่มาของสินค้า certificate of origin
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการในรูปคณะกรรมการ ประกอบด้วยหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, กรมการค้าต่างประเทศ, หอการค้าจังหวัดนครสวรรค์, สรรพากรจังหวัด, ชมรมโรงสีจังหวัดนครสวรรค์, สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครสวรรค์, สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดนครสวรรค์, สำนักงานเกษตรจังหวัดฯ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานจังหวัดนครสวรรค์ ร่วมกับ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครสวรรค์
ผลลัพธ์: 1. ผู้ประกอบการได้รับความสะดวกในการส่งออกสินค้า 2. ผู้ประกอบการสามารถส่งออกสินค้าไปยังประเทศที่ต้องการและเกิดรายได้เพิ่มขึ้น
ผลผลิต: 1. กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง มีศูนย์ one stop service ด้านการส่งออกที่มีประสิทธิภาพ 2. ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจด้านการส่งออกเพิ่มมากขึ้น
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1. มีผู้ประกอบการส่งออกเพิ่มมากขึ้นจากปี 2560 จำนวน 5% 2. ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 3. จำนวนใบรับรองใบอนุญาตการส่งออก จำนวน.....ใบ/ปี

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. กำหนดแนวทาง และกิจกรรมที่จะดำเนินงานของศูนย์ฯ				คณะกรรมการดำเนินงานฯ	
2. การฝึกอบรมให้ความรู้ผู้ประกอบการ				สถาบันการศึกษา, หน่วยงานกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม ฯลฯ	
3. บริการออกใบรับรอง/ใบอนุญาตการส่งออก				หน่วยงานที่มีหน้าที่ในการออกใบรับรอง/ใบอนุญาต	
4. บริการจับคู่ธุรกิจ				กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	
5. จัดคลินิกให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการในด้านต่าง ๆ				สถาบันการศึกษา, หน่วยงานกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม ฯลฯ	

ชื่อโครงการ: โครงการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า และ ICD
ที่มา / หลักการและเหตุผล: จังหวัดนครสวรรค์เป็นที่ตั้งที่มีศักยภาพเนื่องจากเป็นประตูสู่เชื่องโยงสู่ภูมิภาคต่างๆ สามารถพัฒนาเป็นศูนย์กระจายสินค้า เป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตร ประกอบกับมีโรงงานที่มีศักยภาพในการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร เช่น โรงงานผลิตน้ำตาล โรงสีข้าว มีเส้นทางคมนาคมเชื่อมโยงทุกภูมิภาคของประเทศ และมีความเชื่อมโยงโครงการพัฒนาระบบการขนส่งและคมนาคมระดับชาติ ดังนั้น จึงได้จัดทำโครงการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า และ ICD เพื่ออำนวยความสะดวกและลดต้นทุนด้านการขนส่งสินค้า รวมทั้งตอบสนองวิสัยทัศน์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง ที่ 2 กำหนดว่า“เป็นศูนย์กลางธุรกิจข้าว สินค้าเกษตรปลอดภัย การท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมล้ำค่าระดับประเทศ”
สรุปแนวคิดโครงการ: 1) เพื่อตอบสนองนโยบายรัฐบาลในการพัฒนาระบบขนส่งโลจิสติกส์ ลดการใช้พลังงาน 2) เพื่อส่งเสริมการแปรรูป การตลาด การขนส่งและการกระจายสินค้า 3) เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งสินค้า 4) เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการ ตัวอย่างอ้างอิง เช่น สถานีบรรจุและแยกสินค้ากล่องนอกท่าเรือ (Inland Container Depot : ICD) แห่งแรกของประเทศไทย สร้างขึ้นโดยการดำเนินงานของการรถไฟแห่งประเทศไทยในพื้นที่ลาดกระบัง
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ - กำหนดแนวทาง และกิจกรรมที่จะดำเนินงานของศูนย์กระจายสินค้า - จัดทำแผนผังการใช้พื้นที่ - ก่อสร้างถนน/ ปรับปรุงถนน เพื่อรองรับศูนย์กระจายสินค้า - ก่อสร้างอาคารสำนักงาน คลังสินค้า อาคารซ่อมบำรุง ลานจอดรถ ประตูตรวจสินค้า (X-Ray Gate) ลานเทกอง ลานขนถ่ายสินค้า อาคารพักอาศัยเจ้าหน้าที่ โรงอาหาร วางระบบระบายน้ำและบำบัดน้ำเสีย ติดตั้งระบบไฟฟ้า และการสื่อสาร - จัดทำแผนความต้องการแรงงาน แผนพัฒนากำลังคน
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการในรูปคณะกรรมการ ประกอบด้วยหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น หอการค้าจังหวัดฯ, สภาอุตสาหกรรมจังหวัดฯ, ชมรมโรงสีจังหวัดนครสวรรค์, ชมรมธนาคารจังหวัดฯ, สมาคมขนส่งทางบกแห่งประเทศไทย, สำนักงานพาณิชย์จังหวัดฯ, สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดนครสวรรค์, สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาค 8 นครสวรรค์, สำนักงานธนารักษ์พื้นที่นครสวรรค์, สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2, กรมเจ้าท่า, การรถไฟแห่งประเทศไทย ฯลฯ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานจังหวัดนครสวรรค์
ผลลัพธ์: 1. ผู้ประกอบการที่ใช้บริการได้ลดต้นทุนด้านการขนส่งสินค้า 2. ปริมาณการจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้น 3. มูลค่าเศรษฐกิจโดยรวมของจังหวัดฯ เพิ่มขึ้น
ผลผลิต: กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง มีศูนย์กระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1. ต้นทุนด้านการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการลดลง.....% จากปี 2560 2. ผู้ประกอบการที่ใช้บริการมีความพึงพอใจไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 3. GDP ของจังหวัดเพิ่มขึ้น.....%

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบ ประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1. กำหนดแนวทาง และกิจกรรมที่จะดำเนินงาน				คณะกรรมการดำเนินงานฯ	
2. จัดทำแผนผังการใช้พื้นที่				สนง.โยธาธิการและผังเมืองฯ	
3. การก่อสร้างถนน/ ปรับปรุงถนน เพื่อรองรับศูนย์กระจายสินค้า				แขวงทางหลวงนครสวรรค์ที่ 1	
4. ก่อสร้างอาคารสำนักงาน คลังสินค้า อาคารซ่อมบำรุง ลานจอดรถ ประตูตรวจสินค้า (X-Ray Gate) ลานเทกอง ลานขนถ่ายสินค้า อาคารพักอาศัยเจ้าหน้าที่ โรงอาหาร วางระบบระบายน้ำและบำบัด น้ำเสีย ติดตั้งระบบไฟฟ้าและการสื่อสาร				สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครสวรรค์ กระทรวงพาณิชย์	
5. จัดทำแผนความต้องการแรงงาน แผนพัฒนากำลังคน				สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาค 8	

ชื่อโครงการ: ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพโรงสีชุมชนและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ราคาข้าวตกต่ำ เกษตรกรประสบปัญหาด้านรายได้ การนำข้าวมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์จะเป็นการสร้างมูลค่า และสร้างรายได้ที่ยั่งยืน การนำเทคโนโลยีหรือการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ จะช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวทาง Thailand 4.0 ผลิตภัณฑ์จะมีมูลค่าเพิ่มขึ้น ตอบสนองการสั่งซื้อข้าวเฉพาะทางผ่านตลาดกลาง
สรุปแนวคิดโครงการ: พัฒนาผลิตภัณฑ์จากข้าวโดยการแปรรูป ใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรม เพื่อสร้างสินค้าที่มีมูลค่าสูง ขายในตลาดกลางและต่อยอดเป็นสินค้า OTOP เพื่อสร้างงานสร้างรายได้ รวมทั้งเปิดตลาดและประชาสัมพันธ์สินค้าดังกล่าว และพัฒนาสร้างเครือข่าย โรงสีชุมชน และผู้ประกอบการแปรรูปจากข้าว เพื่อสร้างความเข้มแข็ง เกิดการรวมกลุ่มบูรณาการการทำงานร่วมกัน
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. สนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือในการแปรรูปข้าว 2. พัฒนาและสร้างเครือข่ายโรงสีชุมชนระดับอำเภอ/จังหวัด 3. เพิ่มช่องทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง - คณะกรรมการเครือข่ายโรงสีชุมชนระดับอำเภอ/จังหวัด/กลุ่มจังหวัด - สำนักงานจังหวัด/ ที่ทำการปกครองอำเภอ - บ.ประชารัฐรักสามัคคี - สำนักงานพาณิชย์จังหวัด - สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด - กลุ่มผู้ประกอบการ
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครสวรรค์
ผลลัพธ์: ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวมีมูลค่าเพิ่มขึ้น มีความหลากหลาย เกิดรายได้แก่กลุ่มผู้ประกอบการโรงสีชุมชนและกลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการแปรรูปข้าว มีความเข้มแข็ง มีการผลิตสินค้าคุณภาพ
ผลผลิต: - กลุ่มแปรรูปข้าว/โรงสีชุมชนได้รับการพัฒนา 15 โรง - เพิ่มช่องทางการตลาดผ่านตลาดกลาง - เกิดเครือข่ายระดับอำเภอ 15 เครือข่าย ระดับจังหวัด 1 เครือข่าย
ตัวชี้วัดของโครงการ: ร้อยละของรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.พัฒนากลุ่มผู้แปรรูปข้าวและโรงสีชุมชน - สนับสนุนวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือในการแปรรูปข้าว	ต.ค 61 – ก.ย. 62	76,900,000		สนง.พาณิชย์จังหวัด/ บ.ประชารัฐรักสามัคคี	
2. เพิ่มช่องทางการตลาดและประชาสัมพันธ์ - จัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวระดับจังหวัด/กลุ่มจังหวัด	ต.ค 61 – ก.ย. 62	4,000,000		สนง.พาณิชย์จังหวัด/ บ.ประชารัฐรักสามัคคี	
3. พัฒนา สร้างเครือข่ายโรงสีและกลุ่มผู้ผลิตแปรรูปจากข้าวระดับจังหวัด/กลุ่มจังหวัด	ต.ค 61 – ก.ย. 62	1,500,000		สนง.พาณิชย์จังหวัด/ บ.ประชารัฐรักสามัคคี	
4.ติดตามประเมินผลประชาสัมพันธ์	ต.ค 61 – ก.ย. 62			สนง.พาณิชย์จังหวัด/ บ.ประชารัฐรักสามัคคี	

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ประเพณีและวัฒนธรรมที่น่าสนใจของจังหวัดนครสวรรค์ เช่น ประเพณีตรุษจีน และประเพณีการแข่งเรือยาวเป็นต้น

ตารางที่ 3.10-27: จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ปี 2556 – 2558

รายการ	นครสวรรค์			กำแพงเพชร			พิจิตร			อุทัยธานี		
	2556	2557	2558	2556	2557	2558	2556	2557	2558	2556	2557	2558
จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน (คน)	1,231,014	1,241,250	1,661,391	597,903	1,241,250	1,661,391	407,679	422,856	805,398	464,815	479,723	650,353
1) นักท่องเที่ยว	738,271	734,274	974,004	358,847	734,274	975,004	217,792	227,801	448,970	218,869	224,394	302,649
- ชาวไทย	726,585	722,975	961,242	352,414	722,975	961,242	216,431	226,458	447,327	215,863	221,416	298,981
- ชาวต่างชาติ	11,686	11,299	12,762	6,433	11,299	12,762	1,361	1,343	1,643	3,006	2,978	3,668
2) นักทัศนาจร	492,743	506,976	687,387	239,056	506,976	687,387	189,887	195,005	356,428	245,946	255,329	347,704
- ชาวไทย	477,066	491,532	661,791	226,927	491,532	661,791	186,960	192,101	352,890	244,375	253,714	345,695
- ชาวต่างชาติ	15,677	15,444	25,596	12,129	15,444	25,596	2,927	2,954	3,538	1,571	1,615	2,009
รายได้จากการท่องเที่ยว (.ลบ)	2,221.98	2,271.13	3,196.71	1,028.22	2,271.13	3,196.71	597.65	619.05	1,277.33	640.01	676.49	1,000.40
- ชาวไทย	2,167.86	2,218.20	3,127.50	989.09	2,218.20	3,127.50	590.97	612.32	1,268.56	629.50	665.85	986.53
- ชาวต่างชาติ	54.12	5.93	69.21	39.13	52.93	69.21	6.68	6.73	8.77	10.51	10.64	13.87

ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 พ.ศ. 2561-2564

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณ าตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.10-10: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดนครสวรรค์

3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.10-28: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[16]

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1 1.2 1.3	การสืบค้นและจัดการองค์ความรู้เชิงวัฒนธรรม	สนง.วัฒนธรรมจังหวัด	เพื่อสืบค้น รวบรวม จัดเก็บ และจัดการองค์ความรู้เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครสวรรค์ สำหรับนำไปใช้ประโยชน์ทั้งในด้านการอนุรักษ์และการท่องเที่ยว
2.2	การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	กำหนดเป้าหมายของการพัฒนาร่วมและวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวให้มีการพัฒนาไปสู่เป้าหมายอย่างเป็นขั้นตอนและเป็นระบบ
4.1 4.2	อบรมผู้นำเที่ยวและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	เพื่อให้ผู้นำเที่ยวและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว และสร้างเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว
5.4 5.5	การประเมินมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกและที่พัก	กรมท่องเที่ยว	เพื่อสร้างมาตรฐานด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะให้กับแหล่งท่องเที่ยว และรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว
7.1	การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครสวรรค์ให้เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไป

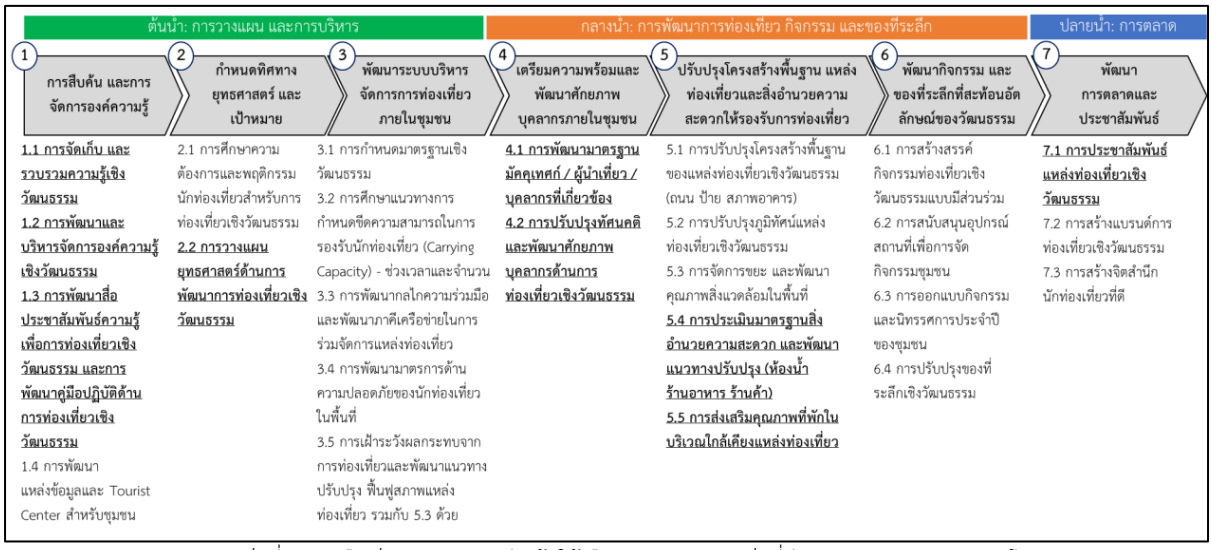
จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

[16]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ตารางที่ 3.10-29: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การสืบค้น และการจัดการองค์ความรู้	1.1 การจัดเก็บ และรวบรวมความรู้เชิงวัฒนธรรม 1.2 การพัฒนาและบริหารจัดการองค์ความรู้เชิงวัฒนธรรม 1.3 การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ความรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 1.4 การพัฒนาแหล่งข้อมูลและ Tourist Center สำหรับชุมชน
2. กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย	2.1 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2.2 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน	3.2 การศึกษาแนวทางการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) - ช่วงเวลาและจำนวน 3.3 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว 3.4 การพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ 3.5 การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุงฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว
4. เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในชุมชน	4.1 การพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว / บุคลากรที่เกี่ยวข้อง 4.2 การปรับปรุงทัศนคติและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
5. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.2 การปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 5.3 การการจัดการขยะ และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ 5.4 การประเมินมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวก และพัฒนาแนวทางปรับปรุง (ห้องน้ำ ร้านอาหาร ร้านค้า) 5.5 การส่งเสริมคุณภาพที่พักในบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว
6. พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม	6.4 การปรับปรุงของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม
7. พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

แผนภาพที่ 3.10-11: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดนครสวรรค์



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดนครสวรรค์

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหา หรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.10-30: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[17]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.3/2.2/3.3/3.4/ 4.1/4.2	โครงการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดที่มีศักยภาพในการรองรับและดึงดูดนักท่องเที่ยวมีหลายแห่งและสามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและร้านค้าของฝาก ร้านอาหารในจังหวัดได้เป็นอย่างดี จึงจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขึ้น 15 เส้นทาง มีการจัดทำองค์ความรู้ การพัฒนาฟื้นฟูแหล่ง โครงสร้างพื้นฐาน บุคลากร และจัดทำการตลาด ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่สู่นักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครสวรรค์
1.1/1.2/1.4	โครงการจัดเก็บองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดนครสวรรค์ โดยมีข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมและประมวลผลผ่านการจัดการความรู้ เป็นการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งในและนอกชุมชนให้เกิดความต้องการที่จะศึกษา เรียนรู้ กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนมากขึ้น	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด
2.1	โครงการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครสวรรค์	นำผลการสำรวจมาเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงกิจกรรมต่าง ให้ตอบสนองความต้องการและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวจังหวัดนครสวรรค์มากขึ้น	สำนักงานสถิติจังหวัดนครสวรรค์

[17]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
3.2	โครงการศึกษาการจัดการขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในช่วงงานตรุษจีน	เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ การจัดงานตรุษจีนของจังหวัดนครสวรรค์จะมีการอำนวยความสะดวก ตั้งแต่ - ที่พัก ร้านอาหาร ร้านของฝากที่ระลึก, เจ้าหน้าที่ในการให้ข้อมูลการท่องเที่ยว - ความสะอาดของสถานที่ ห้องน้ำ-ห้องสุขามีเพียงพอ ลานจอดรถ จุดรองรับขยะ - ความสะดวกในการจราจร ความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน	สำนักงานจังหวัดนครสวรรค์
3.5/4.1/4.2/5.2/5.3	โครงการเฝ้าระวังผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทาง ปรับปรุง ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว	เฝ้าระวัง ยับยั้ง ป้องกันผลกระทบจากการท่องเที่ยว ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด
5.4/5.5/6.4	โครงการพัฒนาชุมชนรองรับการท่องเที่ยว	1. พัฒนาชุมชนและสร้างอัตลักษณ์ /ค้นหา Positioning ของหมู่บ้าน 2. สร้าง/พัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น เกิดของที่ระลึกหรือผลิตภัณฑ์ๆ ของชุมชน 3. เชื่อมโยงการพัฒนาหมู่บ้านกับการท่องเที่ยว รวมทั้งสร้างรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด
7.1/7.2	โครงการ App นครสวรรค์	นักท่องเที่ยวมีช่องทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครสวรรค์ ที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว และทำให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	ททท. ในพื้นที่

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ที่มา / หลักการและเหตุผล: เพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวในจังหวัดนครสวรรค์เพื่อเพิ่มรูทเส้นทางการท่องเที่ยวของจังหวัดให้หลากหลาย เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดมากขึ้นและเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวและเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวของจังหวัด

สรุปแนวคิดโครงการ

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดที่มีศักยภาพในการรองรับและดึงดูดนักท่องเที่ยวมีหลายแห่งและสามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและร้านค้าของฝาก ร้านอาหารในจังหวัดได้เป็นอย่างดี จึงจัดทำรูทเส้นทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขึ้น 15 เส้นทาง มีการจัดทำองค์ความรู้ การพัฒนาฟื้นฟูแหล่งโครงสร้างพื้นฐาน บุคลากร และจัดทำการตลาด ประชาสัมพันธ์เผยแพร่สู่นักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ถ่ายทอดความรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. วางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสิ่งอำนวยความสะดวก
3. ส่งเสริมพัฒนากลไกความร่วมมือและภาคีเครือข่ายในการจัดการการท่องเที่ยว
4. พัฒนาเสริมสร้างมาตรฐานด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่
5. พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ ผู้นำเที่ยว ผู้เกี่ยวข้อง
6. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น ป้าย ถนน อาคาร ห้องน้ำ
7. ปรับปรุงภูมิทัศน์
8. ประเมินมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกและแนวทางการพิจารณาปรับปรุง เช่น ห้องน้ำ ร้านอาหาร ร้านค้า

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. คณะกรรมการจัดทำและดำเนินการตามโครงการ
2. คณะอนุกรรมการดำเนินงานในพื้นที่ 15 เส้นทางการท่องเที่ยว
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: 3.1 ททท. 3.2 ตร.ทท. 3.3 อปท. ที่ดูแลแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทาง 3.4 บริษัทประชารัฐ 3.5 สำนักงานประชาสัมพันธ์.จ.นครสวรรค์ 3.6 มหาวิทยาลัยในจังหวัดนครสวรรค์ 3.7 อำเภอในพื้นที่ 3.8 แขวงการทาง 3.9 ทางหลวงชนบท 3.10 วัฒนธรรมจังหวัด 3.11 สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด 3.12 สำนักงานสถิติจังหวัด 3.13 สำนักงานแรงงานจังหวัด

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก:

สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครสวรรค์

ผลลัพธ์:

1. มีนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจรเพิ่มขึ้น
2. มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

ผลผลิต:

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับการพัฒนา
2. มีรูทเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 15 เส้นทาง
3. บุคลากรเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถต้อนรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีศักยภาพ
4. สินค้าชุมชนมีคุณภาพสามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ
5. ระบบคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวครบวงจร และมีความปลอดภัยต่อการเดินทาง

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- จำนวนแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ได้รับการพัฒนา
- จำนวนเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- จำนวนนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจร
- รายได้จากการท่องเที่ยว

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ต.ค. 2560			สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครสวรรค์	
2. จัดทำข้อมูลความต้องการพัฒนาในรูทเส้นทางการท่องเที่ยว 15 เส้นทาง	พ.ย. 2560			สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครสวรรค์/คณะกรรมการ	
3. จัดทำรายละเอียดกิจกรรมโครงการ/งบประมาณ	ธ.ค. 2560				
4. ดำเนินกิจกรรมตามโครงการ	ธ.ค. – ส.ค. 61				
5. ติดตาม ปรับปรุง แก้ไข	ม.ค. – ส.ค. 61				
6. สรุปประเมินผล	ก.ย. 61				

ชื่อโครงการ: จัดเก็บองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

จังหวัดนครสวรรค์มีแหล่งข้อมูลทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่หลากหลายจำนวนมาก ยังไม่ได้รับการจัดเก็บอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงต่อการสูญหายของข้อมูล และเกิดความเบี่ยงเบนทางวัฒนธรรมค่อนข้างสูง จึงมีความจำเป็นต้องศึกษา ค้นคว้า คิด วิเคราะห์ เพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมของท้องถิ่น เพื่อดำรงไว้ซึ่งความภาคภูมิใจ และสร้างความเข้มแข็งในชุมชนอย่างยั่งยืน

สรุปแนวคิดโครงการ

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดนครสวรรค์ โดยมีข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมและประมวลผลผ่านการจัดการความรู้ เป็นการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งในและนอกชุมชนให้เกิดความต้องการที่จะศึกษา เรียนรู้ กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนมากขึ้น

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. สำรวจ รวบรวม จัดเก็บองค์ความข้อมูลด้านวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของคนในชุมชน
2. กำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (12 + 3)
3. การพัฒนา Application เพื่อประชาสัมพันธ์ความรู้เพื่อการท่องเที่ยว
4. การจัดทำสื่อวีดีทัศน์ด้านวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ประเพณี และวิถีชีวิต
5. การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ขับเคลื่อนการดำเนินงานด้วยการบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ (ส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และอปท.) ภาคเอกชน และประชารัฐ รวมทั้งสถาบันการศึกษา

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครสวรรค์

ผลลัพธ์: ได้ฐานข้อมูลองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรม

ผลผลิต:

- มีฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- ข้อมูลทางวัฒนธรรมได้รับการอนุรักษ์

ตัวชี้วัดของโครงการ:

- จำนวนแหล่งท่องเที่ยว และคุณภาพ
- จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
- รายได้ของชุมชนเพิ่มขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่น ๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. จัดทำรายละเอียดโครงการ	พ.ศ. 2561	20,000,000			
2. จัดอบรมพัฒนาศักยภาพการเป็นนักวิจัยทางวัฒนธรรมให้กับครูอาจารย์ บุคลากรทางการศึกษา นักวิชาการวัฒนธรรม ปราชญ์ชาวบ้าน แกนนำองค์กรชุมชน และภาคีเครือข่ายด้านงานวัฒนธรรมในจังหวัดนครสวรรค์	พ.ศ. 2561 – 2564				
3. ลงพื้นที่ศึกษา สืบค้นและเก็บข้อมูลทางวัฒนธรรม โดยการจ้างสำรวจ และจัดทำฐานข้อมูล	พ.ศ. 2561 – 2564				
4. จัดเวทีนำเสนอความรู้และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สำหรับการเตรียมข้อมูลเพื่อจัดทำสื่อวีดีทัศน์และเอกสารข้อมูลเผยแพร่สู่สาธารณะ	พ.ศ. 2561 – 2564				

ชื่อโครงการ: การสำรวจพฤติกรรมและความต้องการนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดนครสวรรค์

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครสวรรค์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัด ที่จะพัฒนาเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับคนนครสวรรค์ ในเรื่องธุรกิจการท่องเที่ยว กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ขายของฝาก รวมทั้งธุรกิจร้านอาหาร โรงแรมที่พัก และพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นเอกลักษณ์และยั่งยืนตลอดไป จึงจำเป็นต้องมีข้อมูลในการตัดสินใจ และวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยว เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์

- เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว การใช้จ่าย รูปแบบการเดินทางและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครสวรรค์
- เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครสวรรค์

สรุปแนวคิดโครงการ

นำผลการสำรวจมาเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงกิจกรรมต่าง ให้ตอบสนองความต้องการและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวจังหวัดนครสวรรค์มากขึ้น

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- ศึกษาวิเคราะห์จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- เก็บรวบรวมข้อมูล
- ประมวลผลข้อมูล
- วิเคราะห์และสรุปผลการสำรวจ

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การบูรณาการทำงานจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ในการสำรวจข้อมูลดังนี้

- การวางแผนในการจัดเก็บข้อมูล
- การสำรวจข้อมูล
- การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานสถิติจังหวัดนครสวรรค์

ผลลัพธ์:

- ทราบพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครสวรรค์
- จำนวนนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครสวรรค์เพิ่มขึ้น

ผลผลิต: เพื่อทราบพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในเรื่องการเดินทาง ค่าใช้จ่าย รูปแบบการเดินทาง และข้อเสนอแนะต่างๆ ในการปรับปรุงแก้ไข

ตัวชี้วัดของโครงการ: มีชุดข้อมูลในการตัดสินใจ ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ความสำเร็จของการดำเนินงาน)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1.ประชุมวางแผนและจัดทำแบบสอบถาม	ต.ค. 61		รายละเอียดโครงการ	สนง.สถิติจังหวัด	
2.เก็บรวบรวมข้อมูล	พ.ย.61 – มิ.ย.61		พนักงานเก็บข้อมูล	สนง.สถิติจังหวัด	
3. การประมวลผล	ก.ค.61 – ส.ค.61		งบประมาณ	สนง.สถิติจังหวัด	
4.การวิเคราะห์และสรุปผลจัดทำรายงาน	ก.ย.61		งบประมาณ	สนง.สถิติจังหวัด	

ชื่อโครงการ: ศึกษาการจัดการขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในช่วงงานตรุษจีน

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

ด้วยจังหวัดนครสวรรค์ได้มีการจัดงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ ปากน้ำโพ เป็นงานที่สืบสานวัฒนธรรมและประเพณีที่สำคัญของจังหวัดนครสวรรค์ ที่จัดทำต่อเนื่องมามากกว่าหนึ่งร้อยปี และเป็นที่รู้จักของชาวนครสวรรค์ และนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งเกิดจากความศรัทธาในองค์เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ของชาวปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ ที่ต้องการเผยแพร่ต่อไปให้ชาวไทยและชาวต่างชาติได้รู้จักสิ่งศักดิ์สิทธิ์และประเพณีอันดีงามของจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งมีความศักดิ์สิทธิ์ขององค์เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ ปากน้ำโพ เป็นสิ่งที่ชาวนครสวรรค์ทั้งชาวจีนและชาวไทย ตลอดจนผู้คนต่างเชื้อชาติ ต่างภาษา ได้ให้ความเคารพ สักการบูชา ดังนั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครสวรรค์ จึงได้จัดทำโครงการศึกษาการจัดการขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในช่วงงานตรุษจีน ขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ

สรุปแนวคิดโครงการ

เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ การจัดงานตรุษจีนของจังหวัดนครสวรรค์จะมีการอำนวยความสะดวก ตั้งแต่

- ที่พัก ร้านอาหาร ร้านของฝากที่ระลึก, เจ้าหน้าที่ในการให้ข้อมูลการท่องเที่ยว
- ความสะอาดของสถานที่ ห้องน้ำ-ห้องสุขา มีเพียงพอ ลานจอดรถ จุดรองรับขยะ
- ความสะดวกในการจราจร ความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

1. การอบรมอาสาสมัครเพื่อเป็นมัคคุเทศก์ในการต้อนรับนักท่องเที่ยวในช่วงงานตรุษจีน
2. การจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในช่วงงานตรุษจีน เช่น แผ่นพับ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์
3. การบูรณาการร่วมกันในการเตรียมความพร้อม/สิ่งอำนวยความสะดวกต้อนรับนักท่องเที่ยว เช่น

- ประสานผู้ประกอบการ โรงแรม ร้านอาหาร ของฝาก/ของที่ระลึก ให้บริการในฐานะเจ้าบ้านที่ดี ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของราคา คุณภาพ รสชาติ
- ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดูแลความสะอาด/ห้องน้ำ-ห้องสุขา ลานจอดรถ จุดรองรับขยะ รถพยาบาลในงานตรุษจีน และสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัด
- ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อำนวยความสะดวกการจราจร ตลอดจนความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว
- ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดเตรียมสถานที่ให้ชัดเจน ป้ายบอกทาง ป้ายบอกจุดการแสดง

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน อปท. ตลอดจน คณะกรรมการจัดงานแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ เช่น

- ททท.นครสวรรค์
- สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครสวรรค์
- ตำรวจภูธรจังหวัดนครสวรรค์ และสถานที่ตำรวจภูธรที่เกี่ยวข้อง
- เทศบาลนครนครสวรรค์ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่
- คณะกรรมการจัดงานแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ ปากน้ำโพ
- สนง.สาธารณสุขจังหวัดนครสวรรค์/โรงพยาบาลในพื้นที่
- ผู้ประกอบการ โรงแรม ร้านอาหาร ของฝาก/ของที่ระลึก

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานจังหวัดนครสวรรค์
ผลลัพธ์: 1. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวงานตรุษจีน 2. มีกลุ่มเป้าหมายเพิ่มมากขึ้น ในปีต่อๆ ไป
ผลผลิต: 1. นักท่องเที่ยวมีความสะดวก และเข้าถึงบริการต่าง ๆ ของจังหวัด 2. นักท่องเที่ยวมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวงานตรุษจีน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 2. มีรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการเพิ่มขึ้น 1% จากปี 2560

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ
1. การอบรมอาสาสมัครเพื่อเป็นมัคคุเทศก์ในการต้อนรับนักท่องเที่ยวในช่วงงานตรุษจีน	พ.ย. 60–ม.ค. 61	500,000		- ททท.นครสวรรค์ - สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
2. การจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในช่วงงานตรุษจีน เช่น แผ่นพับ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์	พ.ย. 60–ม.ค. 61	500,000		- ททท.นครสวรรค์ - สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - คณะกรรมการจัดงานแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ฯ - หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
3. การบูรณาการร่วมกันในการเตรียมความพร้อม/สิ่งอำนวยความสะดวกต้อนรับนักท่องเที่ยว เช่น - ประสานผู้ประกอบการโรงแรม ร้านอาหาร ของฝาก/ของที่ระลึก ให้บริการในฐานะเจ้าบ้านที่ดี ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของราคา คุณภาพ รสชาติ - ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดูแลความสะอาด/	พ.ย. 60–ก.พ. 61	500,000		บูรณาการร่วมกันระหว่าง - ททท.นครสวรรค์ - สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - ตำรวจภูธรจังหวัดนครสวรรค์ และสถานีตำรวจภูธรที่เกี่ยวข้อง - เทศบาลนครฯ และ อปท. ในพื้นที่ - คณะกรรมการจัดงานแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ
ห้องน้ำ-ห้องสุขา ลานจอดรถ จุดรองรับขยะ รถพยาบาลในงานตรุษจีน และสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัด - ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อำนวยความสะดวกการจราจร ตลอดจนความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว - ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดเตรียมสถานที่ให้ชัดเจน ป้ายบอกทาง ป้ายบอกจุดการแสดง				- สนง.สาธารณสุขจังหวัด/โรงพยาบาล - ผู้ประกอบการ โรงแรม ร้านอาหาร ของฝาก/ของที่ระลึก

ชื่อโครงการ: โครงการเฝ้าระวังผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทาง ปรับปรุง ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครสวรรค์ นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี กิจกรรมของนักท่องเที่ยวจะก่อให้เกิดมลพิษตามมา ทั้ง ขยะมูลฝอย น้ำเสีย อากาศเป็นพิษและความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว จึงมีความจำเป็นต้องเฝ้าระวังผลกระทบจากการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

สรุปแนวคิดโครงการ

เฝ้าระวัง ยับยั้ง ป้องกันผลกระทบจากการท่องเที่ยว ด้านทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- สร้างเครือข่ายชุมชนรอบแหล่งท่องเที่ยวในการจัดการขยะอย่างถูกวิธี
- ทำข้อปฏิบัติการนำกลับขยะแก่นักท่องเที่ยว
- อบรมสถานประกอบการให้ดำเนินการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- อบรมมัคคุเทศก์ให้ ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม
- ตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ คุณภาพอากาศ เสียง น้ำเสีย
- เพิ่มพื้นที่สีเขียวและปรับปรุงภูมิทัศน์ให้ร่มรื่นสวยงาม

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- สถานประกอบการ
- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- ประโยชน์รอบแหล่งท่องเที่ยว
- นักท่องเที่ยว
- มัคคุเทศก์

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด

ผลลัพธ์: แหล่งท่องเที่ยวเกิดความยั่งยืน สามารถอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวตลอดไป

ผลผลิต:

- เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว
- ไม่เกิดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม
- แหล่งท่องเที่ยวได้รับการฟื้นฟูอย่างต่อเนื่อง

ตัวชี้วัดของโครงการ: สิ่งแวดล้อมมีคุณภาพอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมาย เหตุ
1.จัดทำโครงการ/กิจกรรม	1 เดือน				
2. ทำแผนปฏิบัติการรายกิจกรรม	1 เดือน				
3. ดำเนินการตามแผนฯ	3 เดือน				
4. ติดตามประเมินผล	1 เดือน				
5. สรุปผล/ปรับปรุงแก้ไข/กำหนดแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพ	1 เดือน				

ชื่อโครงการ: โครงการพัฒนาชุมชนรองรับการท่องเที่ยว
ที่มา / หลักการและเหตุผล: การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมสำคัญในการสร้างรายได้แก่จังหวัดในด้านการให้บริการและการจำหน่ายสินค้า การพัฒนาชุมชน ถ้ามีความพร้อมในการรองรับและเป็นเจ้าบ้านที่ดี รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีคุณภาพ เพื่อจำหน่ายเป็นของที่ระลึกหรือของฝาก จะช่วยในการสร้างงาน สร้างอาชีพให้แก่ชุมชน และมีความจำเป็นในการพัฒนาเพื่อรองรับในการพัฒนาหมู่บ้านเพื่อรองรับการท่องเที่ยว
สรุปแนวคิดโครงการ 1. พัฒนาชุมชนและสร้างอัตลักษณ์ /ค้นหา Positioning ของหมู่บ้าน 2. สร้าง/พัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น เกิดของที่ระลึกหรือผลิตภัณฑ์ๆ ของชุมชน 3. เชื่อมโยงการพัฒนาหมู่บ้านกับการท่องเที่ยว รวมทั้งสร้างรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. เตรียมความพร้อมของชุมชนในด้านต่างๆ เพื่อรองรับการเป็นหมู่บ้านเพื่อการท่องเที่ยว 2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีมาตรฐาน/คุณภาพเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1. สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ/จังหวัด 2. บ. ประชารัฐรักสามัคคี 3. ททท. ในพื้นที่ 4. สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด 5. สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด 6. สมาคมท่องเที่ยว/สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด
ผลลัพธ์: - หมู่บ้านมีรายได้จากนักท่องเที่ยวในการเข้ามาใช้บริการและซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน - มีการสร้างงานสร้างอาชีพให้แก่ชุมชน

ผลผลิต: 1. มีหมู่บ้านอัตลักษณ์ OTOP เพื่อการท่องเที่ยว จำนวน ..... 2. มีผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว จำนวน ..... 3. เกิดเครือข่ายชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว จำนวน ....
ตัวชี้วัดของโครงการ: ร้อยละของรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. ค้นหาอัตลักษณ์/ เตรียมความพร้อมของชุมชน ด้านที่พัก / ภูมิทัศน์ / สิ่งอำนวยความสะดวก	ต.ค. 61–ก.ย. 62	500,000		สนง.จังหวัด/ สนง.พัฒนาชุมชนอำเภอ	
2. สร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นรองรับนักท่องเที่ยว		1,500,000		สนง.จังหวัด/ สนง.พัฒนาชุมชนอำเภอ	
3. พัฒนากลไกเครือข่ายหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว		600,000		สนง.จังหวัด/ สนง.พัฒนาชุมชนอำเภอ	
4. ติดตามประเมินผลการดำเนินงาน					
5. ประชาสัมพันธ์หมู่บ้านท่องเที่ยว					

ชื่อโครงการ: app นครสวรรค์
ที่มา / หลักการและเหตุผล: จังหวัดนครสวรรค์มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติ เพื่อเป็นการเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวรู้จักมากขึ้น จึงได้จัดทำโครงการ app นครสวรรค์ ขึ้น เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านแอพพลิเคชั่นให้เป็นที่รู้จัก และสะดวกในการสืบค้นข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ตลอดจนเส้นทางการเดินทาง
สรุปแนวคิดโครงการ นักท่องเที่ยวมีช่องทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครสวรรค์ ที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว และทำให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ 1. กำหนดแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัด พร้อมรายละเอียดของสถานที่ดังกล่าวตลอดจนเส้นทางการเดินทางอย่างชัดเจน 2. จัดทำ แอพพลิเคชั่น เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดนครสวรรค์
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง - สำนักงาน ททท. สาขานครสวรรค์ - สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครสวรรค์ - สนง.วัฒนธรรมจังหวัดนครสวรรค์ - สนง.พระพุทธศาสนาจังหวัดนครสวรรค์ - อำเภอทุกอำเภอ - องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: ททท. ในพื้นที่
ผลลัพธ์: 1. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ง่าย สะดวก รวดเร็วขึ้น 2. มีกลุ่มเป้าหมายเพิ่มมากขึ้น ในปีต่อๆ ไป
ผลผลิต: นักท่องเที่ยวมีความสะดวก และเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด
ตัวชี้วัดของโครงการ: 1. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 2. มีรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการเพิ่มขึ้น 1% จากปี 2560

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1. กำหนดแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัด พร้อมรายละเอียดของสถานที่ดังกล่าว ตลอดจนเส้นทางการเดินทางอย่างชัดเจน	ก.ย.60 – ต.ค.60	200,000		- ททท.ในพื้นที่ - สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครสวรรค์ - สนง.วัฒนธรรมจังหวัดนครสวรรค์ - สนง.พระพุทธศาสนาจังหวัดนครสวรรค์ - อำเภอทุกอำเภอ - องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่	
2. จัดทำแอพพลิเคชั่น เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครสวรรค์	พ.ย.60 – ธ.ค.60	1,000,000		- สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครสวรรค์	

3.4.8 รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศของจังหวัดอุทัยธานี

สรุปภาพรวม (Executive Summary) ของจังหวัดอุทัยธานี

จังหวัดอุทัยธานี ได้ถูกกำหนดผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่เปรียบเสมือนเป็นโจทย์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งสิ้น 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

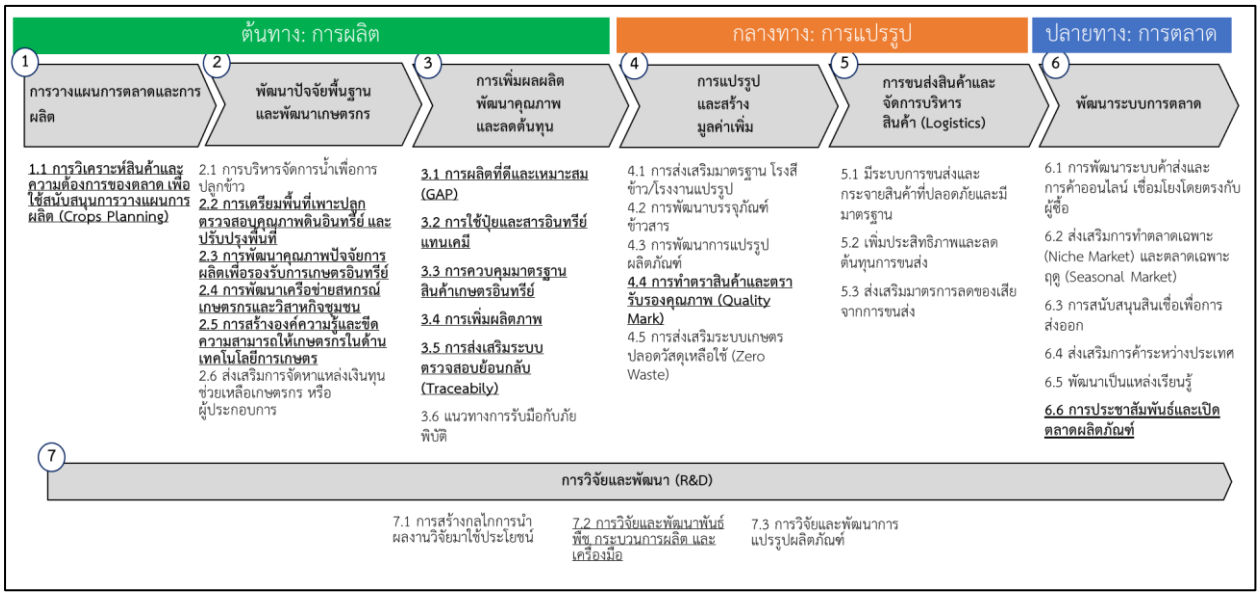
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	จุดเด่น
ข้าวอินทรีย์	- มีพื้นที่ต้นน้ำที่สมบูรณ์ ทำให้มีแหล่งน้ำสะอาดเหมาะแก่การทำข้าวอินทรีย์ - ศักยภาพของจังหวัดเอื้อต่อการพัฒนาเป็นเมืองแห่งการเติบโตทางเศรษฐกิจสีเขียว - การปลูกข้าวอินทรีย์ที่ไม่ใช้สารเคมีสามารถลดต้นทุนและเพิ่มรายได้ให้เกษตรกรอย่างเป็นรูปธรรม - สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตามนโยบายรัฐบาล
ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ไม้เมืองหนาว)	- มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแก่นมะกรูด เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว - มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่น่าสนใจเป็นจำนวนมากที่พร้อมได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ - เพิ่มแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวเข้าสู่เกษตรกรโดยตรงมากขึ้น

หลังจากที่ได้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด ผู้แทนจากส่วนราชการส่วนกลาง และผู้แทนจากภาคเอกชนแล้วนั้น ทำให้สามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ช่องว่างในการพัฒนา รวมถึงกรอบแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหา หรืออุดช่องว่างเหล่านั้นได้ ดังนี้

<u>ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวอินทรีย์</u>

ภายใต้ประเด็นข้าวอินทรีย์ ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 6 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) การวางแผนการตลาดและการผลิต 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร 3) การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน 4) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics) 6) พัฒนาระบบการตลาด ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวอินทรีย์ ของจังหวัดอุทัยธานี



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
2.พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.1 การบริหารจัดการน้ำเพื่อการปลูกข้าว 2.6 ส่งเสริมการจัดหาแหล่งเงินทุนช่วยเหลือเกษตรกร หรือผู้ประกอบการ
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน	3.5 การส่งเสริมระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceably) 3.6 แนวทางการรับมือกับภัยพิบัติ
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.1 การส่งเสริมมาตรฐาน โรงสีข้าว/โรงงานแปรรูป 4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร 4.3 การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ 4.5 การส่งเสริมระบบเกษตรปลอดวัสดุเหลือใช้ (Zero Waste)
5.การขนส่งสินค้าและจัดการบริหารสินค้า (Logistics)	5.1 มีระบบการขนส่งและกระจายสินค้าที่ปลอดภัยและมีมาตรฐาน 5.2 เพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการขนส่ง 5.3 ส่งเสริมมาตรการลดของเสียจากการขนส่ง
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.1 การพัฒนาระบบค้าส่งและการค้าออนไลน์ เชื่อมโยงโดยตรงกับผู้ซื้อ 6.2 ส่งเสริมการทำตลาดเฉพาะ (Niche Market) และตลาดเฉพาะฤดู (Seasonal Market) 6.3 การสนับสนุนสินเชื่อเพื่อการส่งออก 6.4 ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 6.5 พัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้
7. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	7.1 การสร้างกลไกการนำผลงานวิจัยมาใช้ประโยชน์ 7.3 การวิจัยและพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	**แนวทางการพัฒนา[18]**		
	ชื่อโครงการ	**แนวคิดโครงการ**	**ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน**
1.1 / 6.1	การวางแผนการตลาดข้าวอินทรีย์เพื่อบ่มเพาะเครือข่ายเกษตรกรข้าวอินทรีย์	ในปัจจุบันแม้จะมีการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์มาระยะหนึ่งแล้ว แต่การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยังมีลักษณะต่างคนต่างทำ โดยยังมีข้อจำกัดในการร่วมกันวางแผนการตลาดและการผลิต และยังไม่สามารถเข้าไปรับ order จากผู้สั่งซื้อที่มี requirement สูงได้ในทันที จึงควรมีการหาตลาดผู้ซื้อที่มีกฎเกณฑ์เงื่อนไขไม่เข้มงวดมากเกินไปนัก เพื่อบ่มเพาะเครือข่ายเกษตรกรให้เข้มแข็งพร้อมรับ order ที่มีปริมาณและคุณภาพเข้มขึ้นได้ต่อไป	สนง.พาณิชย์จังหวัด
2.4	การพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรข้าวอินทรีย์	จัดหาช่องทางการจัดจำหน่ายข้าวอินทรีย์จากเกษตรกรตามข้อ 1.1 เพื่อสร้างกลุ่มเครือข่ายที่มีการบริหารจัดการเครือข่ายที่เข้มแข็งทั้งในเชิงเทคนิคและการจัดการ เช่น การสร้างกระบวนการตรวจรับรองแปลงที่เข้มข้น (การตรวจรับรับภายในกลุ่มที่เข้ม ใครไม่ทำตามกฎต้องออกจากกลุ่ม) การกำหนดกติกาการรับซื้อข้าว เป็นต้น พร้อมกับการสร้างระบบการจัดการรับซื้อข้าวของกลุ่มเกษตรกรที่ให้ราคาที่เหมาะสม เพื่อบ่มเพาะการบริหารจัดการของกลุ่มให้มีความเข้มแข็งมากขึ้น และดึงดูดเกษตรกรให้หันมาทำอินทรีย์และเป็นสมาชิกเครือข่ายมากขึ้น จนพัฒนาไปสู่ระบบสหกรณ์ที่เข้มแข็ง มีอำนาจการต่อรอง การกำหนดราคาซื้อขาย และขยายตลาดไปสู่การส่งออกต่อไป	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด
3.2	การพัฒนาเกษตรอินทรีย์อุทัยธานี	1) ผลักดันนโยบายลดสารเคมีให้เป็นวาระแห่งชาติ 2) ปรับวงจรการใช้เคมี สร้างกระบวนการปรับเปลี่ยนความคิดเกษตรกรให้ไม่ใช้เคมี โดยกำหนดขั้นตอนการเข้าสู่เกษตรอินทรีย์ ดังนี้ 3) เคมี ปลอดภัย(GAP) ปลอดสารเคมี อินทรีย์ (ได้การรับรอง)	1) = สภาเกษตรกร 2) = สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด

[18]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[18]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
4.3 7.2	การสร้างมูลค่าเพิ่มข้าวอินทรีย์	1) เพิ่มทางเลือกการแปรรูปข้าวและการสร้างเรื่องราว เช่น โจ๊กไรซ์เบอรี่ น้ำข้าวกล้องงอก เส้นขนมจีนที่อร่อยที่สุดทำจากข้าวหลวงประทาน 2) การวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างมาตรฐานและความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์ 3) การให้ความรู้เกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานและกระบวนการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา	เครือข่ายเกษตรกรข้าวอินทรีย์
6.5	การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบเป็นเจ้าของแปลงข้าวอินทรีย์ ซึ่งนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และลงมือทำงานในแปลงเกษตร	เครือข่ายเกษตรกรข้าวอินทรีย์

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ไม้เมืองหนาว)

ภายใต้ประเด็นท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ไม้เมืองหนาว) ได้มีการวิเคราะห์และระบุกรอบห่วงโซ่มูลค่าออกมาทั้งสิ้น 7 ห่วงโซ่สำคัญ ตั้งแต่ 1) กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย 2) การจัดการเกษตร และการพัฒนาองค์ความรู้ 3) พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ 4) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร 5) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว 6) พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึก และ 7) พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น ได้มีการระบุช่องว่างในการพัฒนาออกมาได้ ดังนี้

สรุปห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของจังหวัดอุทัยธานี

หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย	1.1 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 1.2การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
3.พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่	3.1 การศึกษาแนวทางการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) - ช่วงเวลาและจำนวน 3.2 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว 3.3 การพัฒนามาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ 3.4 การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุง ฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว
4.เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรf	4.1 การพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว / บุคลากรที่เกี่ยวข้อง 4.2 การปรับปรุงทัศนคติและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 4.3 การพัฒนาคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
5.ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.3 การการจัดการขยะ และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ 5.4 การประเมินมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวก และพัฒนาแนวทางปรับปรุง (ห้องน้ำ ร้านอาหาร ร้านค้า)
6.พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึก	6.1 การออกแบบและสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิง เกษตร เช่น การมีส่วนร่วมในการทำเกษตรและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยว 6.2 การพัฒนาการอบรมและให้ความรู้สำหรับนักท่องเที่ยว

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
	6.3 การปรับปรุงของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์การเกษตรเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว
7.พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวชุมชน 7.3 การสร้างจิตสำนึกนักท่องเที่ยวที่ดีเพื่อชุมชน

จากรายละเอียดข้างต้น จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้นของชุดโครงการที่จะมาแก้ไขปัญหา และอุดช่องว่างในการพัฒนาในแต่ละประเด็นของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างอยู่ ดังนี้

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่<u>ยังเป็นช่องว่าง</u> (Gap)	แนวทางการพัฒนา[19]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1 / 1.2	การสำรวจตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร	สำรวจตลาดนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว และจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวแก่นมะกรูดแบบบูรณาการ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
2.1	การปรับปรุงภูมิทัศน์พื้นที่ท่องเที่ยวแก่นมะกรูดและโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	• การวางแผนปลูกพืชและต้นไม้เพื่อให้มีจุดดึงดูดการท่องเที่ยวได้ทั้งตลอด 12 เดือน • การศึกษาและให้ความรู้ชาวบ้านในการปลูก ขยาย และสร้างรายได้จากพันธุ์ไม้ต่างๆ	
3.2 / 4.1	การบริหารจัดการบำรุงรักษาและใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวแก่นมะกรูด	การจัดการให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว และบริหารจัดการการดูแลรักษาพื้นที่ เช่น ฝาย แปลงดอกไม้ ลานกางเต็นท์ โดยที่ชาวบ้านสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวไปพร้อมกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	ที่ทำการปกครองอำเภอบ้านไร่
5.1		การบริหารจัดการเส้นทางเดินรถ (จุดจอดรถนักท่องเที่ยวและจัดระเบียบรถรับส่ง) การจัดตั้ง one stop service การเพิ่มจำนวนที่พัก เช่น ลานกางเต็นท์ ไฟฟ้า โทรศัพท์ โฮมสเตย์พื้นเมือง (ต้องดูทัศนคติของชาวบ้านด้วย) การประสานสถานีควบคุมไฟป่าบ้านไร่	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

[19]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา[19]		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
		ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว	
6.1		การออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวแก่นมะกรูด เช่น โครงการอาบป่า ชมแหล่งสมุนไพร (ต้องมีมัคคุเทศก์) ซึ่งต้องมีกลไกการจัดการที่ดี ไม่ให้ก่อปัญหาต่อสมุนไพร เส้นทางเดินป่า แนวเขตกันชน (จุดชมวิว จุดยิงลูกไม้เพื่อปลูกป่าธรรมชาติ) การจัดทำข้อมูลดิจิทัลให้ความรู้ แรลลี่ปลูกป่าและสร้างฝาย เส้นทางจักรยาน เป็นต้น	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
5.2 / 6.3 / 7.1 / 7.2	การสร้างแบรนด์และแลนด์มาร์คการท่องเที่ยวแก่นมะกรูด	การสร้างแบรนด์และแลนด์มาร์คการท่องเที่ยวแก่นมะกรูด (เช่น อุ๊ยเก๋อ ซึ่งแปลว่า อร่อยมาก) เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของแก่นมะกรูด และใช้ประกอบการวางแผนการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแก่นมะกรูดอย่างบูรณาการ เช่น การออกแบบ/วางแผนกิจกรรมท่องเที่ยว การออกแบบของที่ระลึก เช่น ลูกพระเจ้าห้าพระองค์/มะค่าติดบาร์โค้ด (ต้องดูเรื่องปริมาณและกฎระเบียบด้วย) ผลไม้อุทัย ผ้าทอ กระเหรี่ยง	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

สรุปทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ ของจังหวัดอุทัยธานี

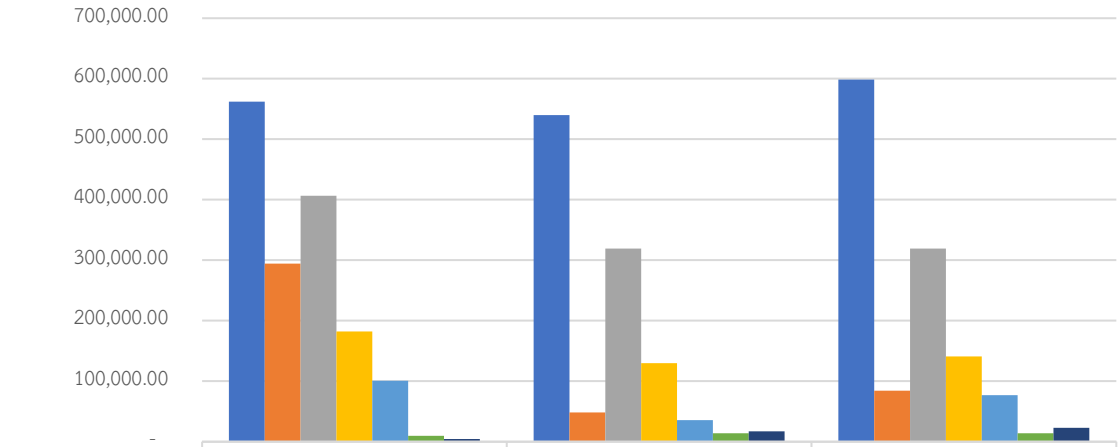
ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัด ได้มีการนำแนวคิดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) มาใช้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัด สามารถหารือในประเด็นเดียวกันได้ทั้งหมด ซึ่งในแต่ละจังหวัดจะได้รับโจทย์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพจังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ตามรายละเอียดต่อไปนี้

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 1: ข้าวอินทรีย์

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

- มีพื้นที่ต้นน้ำที่สมบูรณ์ ทำให้มีแหล่งน้ำสะอาดเหมาะแก่การทำข้าวอินทรีย์
- ศักยภาพของจังหวัดเอื้อต่อการพัฒนาเป็นเมืองแห่งการเติบโตทางเศรษฐกิจสีเขียว
- การปลูกข้าวอินทรีย์ที่ไม่ใช้สารเคมีสามารถลดต้นทุนและเพิ่มรายได้ให้เกษตรกรอย่างเป็นรูปธรรม
- สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตามนโยบายรัฐบาล

แผนภาพที่ 3.10-12: เนื้อที่เก็บเกี่ยว/ให้ผลผลิต พืชที่สำคัญของจังหวัดอุทัยธานี



	2556	2557	2558
ข้าวนาปี	562,009.50	539,887.00	598,840.00
ข้าวนาปรัง	294,478.00	48,331.75	84,558.75
อ้อยโรงงาน	406,522.00	319,485.50	319,485.50
ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์	182,165.00	129,798.00	141,153.50
มันสำปะหลังโรงงาน	100,877.00	35,743.55	77,080.25
สับปะรดโรงงาน	9,511.00	13,918.00	13,784.00
ถั่วเขียวผิวมัน	4,316.00	17,150.00	22,795.00

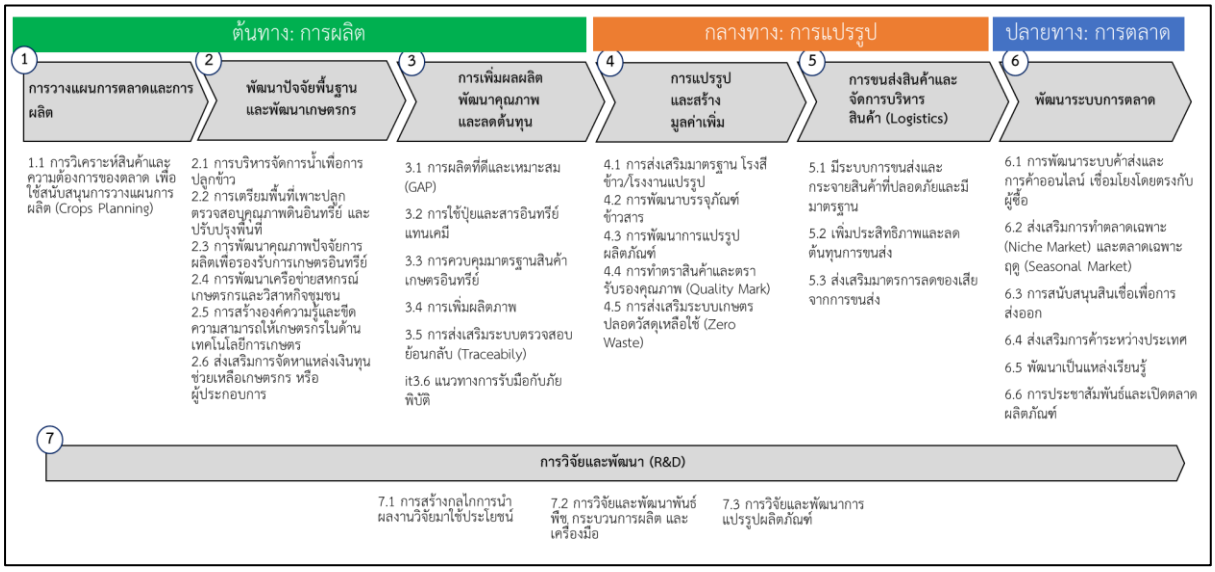
ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ (Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.10-13: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวอินทรีย์ ของจังหวัดอุทัยธานี



3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.10-31: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[20]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
1.1, 2.2	เกษตรแปลงใหญ่		มีความพยายามจะทำเกษตรแปลงใหญ่โดยจับกลุ่มพ่อค้าและเกษตรกรเพื่อวางแผนการตลาดและการผลิตด้วยกัน แต่ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร
2.2 – 2.5 3.1 – 3.4	การส่งเสริมการผลิตข้าวอินทรีย์	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด	มีการสร้างองค์ความรู้ด้านการผลิตและการทำเกษตรอินทรีย์และอบรมให้ความรู้เกษตรกรมาตั้งแต่ปี 2550 แล้วรวมกลุ่มเกษตรกรที่สนใจทำข้าวอินทรีย์จนมีกลุ่มเกษตรกรที่ได้รับรองมาตรฐานอินทรีย์แล้ว 22 ราย และอยู่ระหว่างการเข้าสู่มาตรฐานอินทรีย์อีกมากกว่า 200 ราย (การปรับเปลี่ยนมาทำเกษตรอินทรีย์จนได้รับการรับรองมาตรฐานอินทรีย์ต้องใช้เวลาอย่างน้อย 2 ปี) ที่ตั้งของแปลงต่างๆ ยังมีลักษณะค่อนข้างกระจัดกระจาย แต่ก็มีการรวมกลุ่มผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ โดยในปัจจุบันมี 6 กลุ่มหลัก จำหน่ายผลผลิตภายในจังหวัดร้อยละ 40 และนอกจังหวัดร้อยละ 60 การทำตลาดยังเป็นลักษณะต่างคนต่างทำ ยังไม่มีการวางแผนตลาดและการผลิตร่วมกัน

[20]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

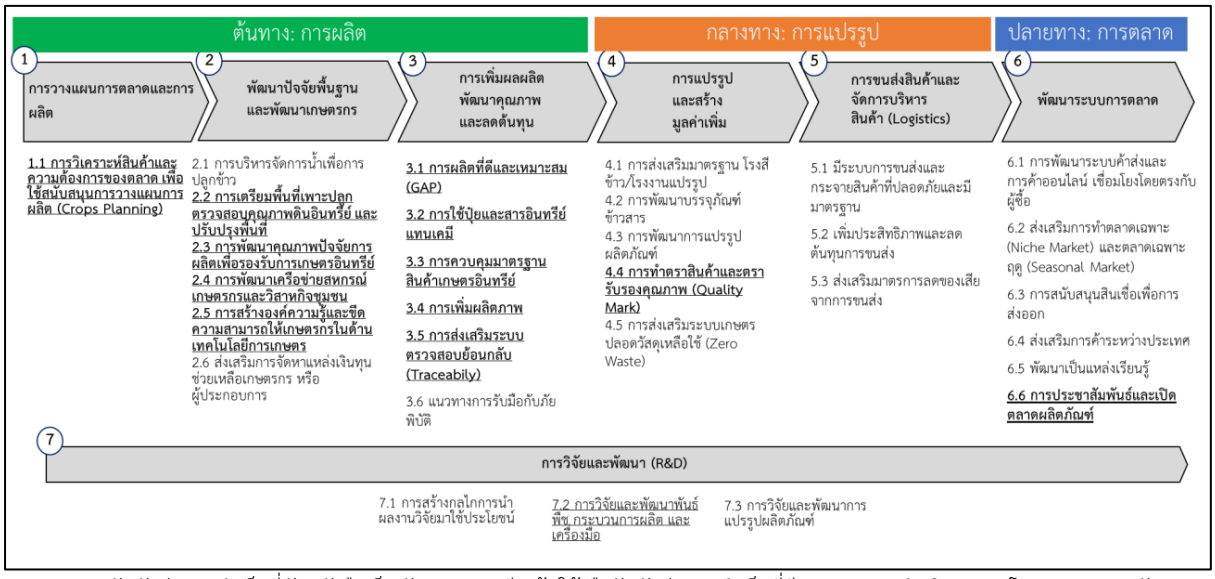
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (CSF)	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
			ดังเช่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งนี้ มีการประเมินว่าการทำข้าวอินทรีย์ในภาคเหนือตอนล่างควรมุ่งเน้นไปที่ประเภทข้าวสี (เช่น ไรซ์เบอรี่ สินเหล็ก ทับทิม ชุมแพ)
4.4/ 6.6	การอบรมการสร้าง brand และ e-commerce	สนง.พาณิชย์จังหวัด	อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้าง brand และ e-commerce การจัดงานแสดงสินค้าและจัดงานส่งเสริมการตลาดเพื่อเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้า
7.2	การพัฒนาพันธุ์ข้าว		มีการวิจัยและพัฒนาพันธุ์แล้ว เมื่อได้พันธุ์ที่ได้รับการรับรองแล้วก็จะถ่ายทอดให้แก่เกษตรกรนำไปใช้

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.10-32: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1. การวางแผนการตลาดและการผลิต	1.1 การวิเคราะห์สินค้าและความต้องการของตลาด เพื่อใช้สนับสนุนการวางแผน การผลิต (Crops Planning)
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและพัฒนาเกษตรกร	2.4 การพัฒนาเครือข่ายสหกรณ์เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน
3. การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุน	3.2 การใช้ปุ๋ยและสารอินทรีย์แทนเคมี
4. การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม	3.4การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์
6. พัฒนาระบบการตลาด	6.1 การพัฒนาระบบค้าส่งและการค้าออนไลน์ เชื่อมโยงโดยตรงกับผู้ซื้อ 6.5 พัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้
7. การวิจัยและพัฒนา (R&D)	7. 2 การวิจัยและพัฒนาพันธ์พืช กระบวนการผลิต และเครื่องมือ

แผนภาพที่ 3.10-14: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ข้าวอินทรีย์ของจังหวัดอุทัยธานี



หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ

- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 1 ของจังหวัดอุทัยธานี

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหา หรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.10-33: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[21]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1 / 6.1	การวางแผนการตลาดข้าวอินทรีย์เพื่อบ่มเพาะเครือข่ายเกษตรกรข้าวอินทรีย์	ในปัจจุบันแม้จะมีการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์มาระยะหนึ่งแล้ว แต่การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยังมีลักษณะต่างคนต่างทำ โดยยังมีข้อจำกัดในการร่วมกันวางแผนการตลาดและการผลิต และยังไม่สามารถเข้าไปรับ order จากผู้สั่งซื้อที่มี requirement สูงได้ในทันที จึงควรมีการหาตลาดผู้ซื้อที่มีกฎเกณฑ์เงื่อนไขไม่เข้มงวดมากเกินไปนัก เพื่อบ่มเพาะเครือข่ายเกษตรกรให้เข้มแข็งพร้อมรับ order ที่มีปริมาณและคุณภาพเข้มขึ้นได้ต่อไป	สนง.พาณิชย์จังหวัด
2.4	การพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรข้าวอินทรีย์	จัดหาช่องทางการจัดจำหน่ายข้าวอินทรีย์จากเกษตรกรตามข้อ 1.1 เพื่อสร้างกลุ่มเครือข่ายที่มีการบริหารจัดการเครือข่ายที่เข้มแข็งทั้งในเชิงเทคนิคและการจัดการ เช่น การสร้างกระบวนการตรวจรับรองแปลงที่เข้มข้น (การตรวจรับรับภายในกลุ่มที่เข้ม ใครไม่ทำตามกฎต้องออกจากกลุ่ม) การกำหนดกติกาการรับซื้อข้าว เป็นต้น พร้อมกับการสร้างระบบการจัดการรับซื้อข้าวของกลุ่มเกษตรกรที่ให้ราคาที่เหมาะสม เพื่อบ่มเพาะการบริหารจัดการของกลุ่มให้มีความเข้มแข็งมากขึ้น และดึงดูดเกษตรกรให้หันมาทำอินทรีย์และเป็นสมาชิกเครือข่ายมากขึ้น จนพัฒนาไปสู่ระบบสหกรณ์ที่เข้มแข็ง มีอำนาจการต่อรอง การกำหนดราคาซื้อขาย และขยายตลาดไปสู่การส่งออกต่อไป	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด

[21]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
3.2	การพัฒนาเกษตรอินทรีย์อุทัยธานี	1) ผลักดันนโยบายลดสารเคมีให้เป็นวาระแห่งชาติ 2) ปรับวงจรการใช้เคมี สร้างกระบวนการปรับเปลี่ยนความคิดเกษตรกรให้ไม่ใช้เคมี โดยกำหนดขั้นตอนการเข้าสู่เกษตรอินทรีย์ ดังนี้ เคมี ปลอดภัย(GAP) ปลอดสารเคมี อินทรีย์ (ได้การรับรอง)	1) = สภาเกษตรกร 2) = เกษตรและสหกรณ์จังหวัด
4.3 7.2	การสร้างมูลค่าเพิ่มข้าวอินทรีย์	1) เพิ่มทางเลือกการแปรรูปข้าวและการสร้างเรื่องราว เช่น โจ๊กไรซ์เบอรี่ น้ำข้าวกล้องงอก เส้นขนมจีนที่อร่อยที่สุดทำจากข้าวหลวงประทาน 2) การวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างมาตรฐานและความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์ 3) การให้ความรู้เกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานและกระบวนการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา	เครือข่ายเกษตรกรข้าวอินทรีย์
6.5	การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบเป็นเจ้าของแปลงข้าวอินทรีย์ ซึ่งนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และลงมือทำงานในแปลงเกษตร	เครือข่ายเกษตรกรข้าวอินทรีย์

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: การวางแผนการตลาดข้าวอินทรีย์เพื่อบ่มเพาะเครือข่ายเกษตรกรข้าวอินทรีย์
ที่มา / หลักการและเหตุผล: จังหวัดอุทัยธานีมีการส่งเสริมการทำข้าวอินทรีย์มามากกว่า 5 ปีแล้ว แต่การพัฒนายังไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควร เนื่องจากยังประสบปัญหาด้านการตลาดและการบริหารจัดการ และวิถีการตลาดที่ทำให้เกษตรกรนิยมใช้เคมี ซึ่งก่อผลเสียต่อสุขภาพเกษตรกรและสิ่งแวดล้อม ในปัจจุบันเริ่มมีกระแสนิยมการบริโภคอาหารอินทรีย์มากขึ้น จึงมีแนวคิดจะพัฒนาการเกษตรของทั้งจังหวัดให้เป็นเกษตรอินทรีย์เพื่อสร้างความโดดเด่นในตลาด ทั้งนี้ การพัฒนาไปเป็นเกษตรอินทรีย์ทั้งจังหวัดจำเป็นต้องมีการวางแผนที่ครบวงจรและมีระยะเวลาบ่มเพาะเกษตรกรอย่างน้อย 3 ปี
สรุปแนวคิดโครงการ ในปัจจุบันแม้จะมีการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์มาระยะหนึ่งแล้ว แต่การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยังมีลักษณะต่างคนต่างทำ โดยยังมีข้อจำกัดในการร่วมกันวางแผนการตลาดและการผลิต และยังไม่สามารถเข้าไปรับ order จากผู้สั่งซื้อที่มี requirement สูงได้ในทันที จึงควรมีการหาตลาดผู้ซื้อที่มีกฎเกณฑ์เงื่อนไขไม่เข้มงวดมากเกินไปนัก เพื่อบ่มเพาะเครือข่ายเกษตรกรให้เข้มแข็งพร้อมรับ order ที่มีปริมาณและคุณภาพเข้มขึ้นได้ต่อไป
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ - การจัดหาตลาดบ่มเพาะเกษตรกรผู้ผลิตข้าวอินทรีย์ให้มีความเข้มแข็งทั้งในด้านการผลิตและการบริหารจัดการและเป็นแรงดึงดูดให้เกษตรกรเข้าสู่ระบบอินทรีย์มากขึ้น - การสร้างความรู้ความเข้าใจให้เกษตรกรเข้าใจในวิถีของเกษตรอินทรีย์และขั้นตอนการเข้าสู่ระบบอินทรีย์ - การแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าให้กับข้าวอินทรีย์
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานภาครัฐ ร่วมกับภาคการศึกษาและบริษัทเอกชน ร่วมวางแผนช่องทางการตลาดและการจำหน่ายเพื่อบ่มเพาะสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายเกษตรกรข้าวอินทรีย์ การกำหนดวาระแห่งชาติในการลดสารเคมี
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานพาณิชย์จังหวัด
ผลลัพธ์: มีตลาดรองรับผลผลิตข้าวอินทรีย์ โดยในช่วงต้นเน้นตลาดนำร่องที่ช่วยบ่มเพาะเกษตรกรอินทรีย์ที่มีอยู่ให้มีความเข้มแข็ง และดึงดูดเกษตรกรในจังหวัดในหันมาทำเกษตรอินทรีย์มากขึ้น แล้วจึงขยายฐานตลาดจนไปสู่ตลาดระดับบนและตลาดส่งออก
ผลผลิต: มีข้อมูลการตลาดเพื่อสนับสนุนการกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย ให้ศูนย์จัดจำหน่ายข้าวอินทรีย์ใช้เป็นข้อมูลในการทำการตลาด กำหนดแผนธุรกิจ และกำหนดแนวทางบริหารจัดการ
ตัวชี้วัดของโครงการ: มีข้อมูลการตลาดเพื่อสนับสนุนการกำหนดแผนธุรกิจ

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ
สำรวจตลาด พฤติกรรมและความต้องการบริโภคข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคในประเทศไทยโดยว่าจ้างบริษัทหรือมหาวิทยาลัย – สำรวจตลาดข้าวอินทรีย์ในประเทศว่าพฤติกรรมบริโภคข้าวอินทรีย์ของกลุ่มต่างๆ เป็นอย่างไร มีความต้องการมากน้อยเพียงใด เช่น รูปแบบผลิตภัณฑ์ ราคาที่ยอมรับได้ ช่องทางจำหน่ายปริมาณการบริโภคในปัจจุบัน – จัดทำข้อเสนอแนะกลยุทธ์การตลาดและช่องทางในการเจาะกลุ่มเป้าหมายประเภทต่างๆ เช่น ส่วนราชการภาคเอกชน โรงแรม) (โรงงาน ร้านค้าอินทรีย์และประชาชนทั่วไป – จัดทำข้อเสนอแนะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น รูปแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์	6 เดือน (ปี 2561)	1,000,000		สนง.พาณิชย์จังหวัด
จัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อเปิดตลาดกับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่างๆ ตามข้อเสนอแนะ				สนง.พาณิชย์จังหวัด

ชื่อโครงการ: การพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรข้าวอินทรีย์

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

จังหวัดอุทัยธานีมีการส่งเสริมการทำข้าวอินทรีย์มามากกว่า 5 ปีแล้ว แต่การพัฒนายังไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควร เนื่องจากยังประสบปัญหาด้านการตลาดและการบริหารจัดการ และวิถีการตลาดที่ทำให้เกษตรกรนิยมใช้เคมี ซึ่งก่อผลเสียต่อสุขภาพเกษตรกรและสิ่งแวดล้อม ในปัจจุบันเริ่มมีกระแสนิยมการบริโภคอาหารอินทรีย์มากขึ้น จึงมีแนวคิดจะพัฒนาการเกษตรของทั้งจังหวัดให้เป็นเกษตรอินทรีย์เพื่อสร้างความโดดเด่นในตลาด ทั้งนี้ การพัฒนาไปเป็นเกษตรอินทรีย์ทั้งจังหวัดจำเป็นต้องมีการวางแผนที่ครบวงจรและมีระยะเวลาบ่มเพาะเกษตรกรอย่างน้อย 3 ปี

สรุปแนวคิดโครงการ

จัดหาช่องทางการจัดจำหน่ายข้าวอินทรีย์จากเกษตรกรตามข้อ 1.1 เพื่อสร้างกลุ่มเครือข่ายที่มีการบริหารจัดการเครือข่ายที่เข้มแข็งทั้งในเชิงเทคนิคและการจัดการ เช่น การสร้างกระบวนการตรวจรับรองแปลงที่เข้มข้น (การตรวจรับรับภายในกลุ่มที่เข้ม ใครไม่ทำตามกฎต้องออกจากกลุ่ม) การกำหนดกติกาการรับซื้อข้าว เป็นต้น พร้อมกับการสร้างระบบการจัดการรับซื้อข้าวของกลุ่มเกษตรกรที่ให้ราคาที่เหมาะสม เพื่อบ่มเพาะการบริหารจัดการของกลุ่มให้มีความเข้มแข็งมากขึ้น และดึงดูดเกษตรกรให้หันมาทำอินทรีย์และเป็นสมาชิกเครือข่ายมากขึ้น จนพัฒนาไปสู่ระบบสหกรณ์ที่เข้มแข็ง มีอำนาจการต่อรองการกำหนดราคาซื้อขาย และขยายตลาดไปสู่การส่งออกต่อไป

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- การจัดหาตลาดบ่มเพาะเกษตรกรผู้ผลิตข้าวอินทรีย์ให้มีความเข้มแข็งทั้งในด้านการผลิตและการบริหารจัดการและเป็นแรงดึงดูดให้เกษตรกรเข้าสู่ระบบอินทรีย์มากขึ้น
- การสร้างความรู้ความเข้าใจให้เกษตรกรเข้าใจในวิถีของเกษตรอินทรีย์และขั้นตอนการเข้าสู่ระบบอินทรีย์
- การแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าให้กับข้าวอินทรีย์

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานภาครัฐ ร่วมกับภาคการศึกษาและบริษัทเอกชน ร่วมวางแผนช่องทางการตลาดและการจำหน่ายเพื่อบ่มเพาะสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายเกษตรกรข้าวอินทรีย์

การกำหนดวาระแห่งชาติในการลดสารเคมี

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด

ผลลัพธ์: เกษตรกรสามารถจำหน่ายข้าวอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ได้ เป็นแรงจูงใจในการทำเกษตรอินทรีย์ และขยายกลุ่มเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ให้มากขึ้น

ผลผลิต: เกิดศูนย์กระจายสินค้าพร้อมช่องทางบริหารจัดการจำหน่ายข้าวอินทรีย์จากเกษตรกร

ตัวชี้วัดของโครงการ: รายได้เกษตรกรผู้ผลิตข้าวอินทรีย์

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ
- จัดหาช่องทางการจัดจำหน่ายข้าวอินทรีย์จากเกษตรกร เพื่อไปทำตลาด (ใช้ข้อมูลจากโครงการที่ 1) การสำรวจตลาดมากำหนดแผนธุรกิจ) - ประสานบริษัทประชารัฐเป็นพี่เลี้ยงในการบ่มเพาะตั้งต้นการบริหารจัดการ - จัดเวทีหารือเกษตรกรรุ่นใหม่และกลุ่มเกษตรอินทรีย์ในการร่วมกำหนดแผนจัดตั้งช่องทางการจัดจำหน่าย (หาแกนนำให้ได้)	12 เดือน(25)	1,000,000		สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด
วางแผนการดำเนินงานและกำหนดแนวทางบริหารจัดการ ซึ่งครอบคลุมการพัฒนาช่องทางการตลาดหลากหลายรูปแบบและการค้าออนไลน์	6 เดือน (2561)			สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด
สร้างศูนย์กระจายสินค้า	6 เดือน (2561)	5,000,000		สนง.พัฒนาชุมชนจังหวัด
จัดกิจกรรมเปิดตัวสินค้าอินทรีย์	2562	1,000,000		สนง.พาณิชย์จังหวัด

ชื่อโครงการ: การพัฒนาเกษตรอินทรีย์อุทัยธานี

ที่มา / หลักการและเหตุผล:

จังหวัดอุทัยธานีมีการส่งเสริมการทำข้าวอินทรีย์มามากกว่า 5 ปีแล้ว แต่การพัฒนายังไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควร เนื่องจากยังประสบปัญหาด้านการตลาดและการบริหารจัดการ และวิถีการตลาดที่ทำให้เกษตรกรนิยมใช้เคมี ซึ่งก่อผลเสียต่อสุขภาพเกษตรกรและสิ่งแวดล้อม ในปัจจุบันเริ่มมีกระแสนิยมการบริโภคอาหารอินทรีย์มากขึ้น จึงมีแนวคิดจะพัฒนาการเกษตรของทั้งจังหวัดให้เป็นเกษตรอินทรีย์เพื่อสร้างความโดดเด่นในตลาด ทั้งนี้ การพัฒนาไปเป็นเกษตรอินทรีย์ทั้งจังหวัดจำเป็นต้องมีการวางแผนที่ครบวงจรและมีระยะเวลาบ่มเพาะเกษตรกรอย่างน้อย 3 ปี

สรุปแนวคิดโครงการ

1) ผลักดันนโยบายลดสารเคมีให้เป็นวาระแห่งชาติ
2) ปรับวงจรการใช้เคมี สร้างกระบวนการปรับเปลี่ยนความคิดเกษตรกรให้ไม่ใช้เคมี โดยกำหนดขั้นตอนการเข้าสู่เกษตรอินทรีย์ ดังนี้

   เคมี → ปลอดภัย(GAP) → ปลอดสารเคมี → อินทรีย์ (ได้การรับรอง)

สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ

- การจัดหาตลาดบ่มเพาะเกษตรกรผู้ผลิตข้าวอินทรีย์ให้มีความเข้มแข็งทั้งในด้านการผลิตและการบริหารจัดการและเป็นแรงดึงดูดให้เกษตรกรเข้าสู่ระบบอินทรีย์มากขึ้น
- การสร้างความรู้ความเข้าใจให้เกษตรกรเข้าใจในวิถีของเกษตรอินทรีย์และขั้นตอนการเข้าสู่ระบบอินทรีย์
- การแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าให้กับข้าวอินทรีย์

กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานภาครัฐ ร่วมกับภาคการศึกษาและบริษัทเอกชน ร่วมวางแผนช่องทางการตลาดและการจำหน่ายเพื่อบ่มเพาะสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายเกษตรกรข้าวอินทรีย์

การกำหนดวาระแห่งชาติในการลดสารเคมี

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: ข้อ 1) = สภาเกษตรกร ข้อ 2) = สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด

ผลลัพธ์: เกษตรกรปรับเปลี่ยนการผลิตเข้าสู่เกษตรอินทรีย์มากขึ้น ลดการใช้สารเคมี สุขภาพเกษตรกรดีขึ้น สิ่งแวดล้อมดีขึ้น และชาวอุทัยธานีและชาวไทยได้บริโภคอาหารปลอดภัยทำให้สุขภาพโดยรวมดีขึ้น

ผลผลิต: ได้รายชื่อกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตเกษตรปลอดภัย ปลอดสาร และอินทรีย์ พร้อมข้อมูลศักยภาพของแต่ละกลุ่มภายหลังการดำเนินการ 3 ปี

ตัวชี้วัดของโครงการ: จำนวนเกษตรกรที่ยกระดับตนเองเข้าสู่เกษตรอินทรีย์(จำนวนเกษตรกรเคมีที่ปรับมาเป็นเกษตรปลอดภัย จำนวนเกษตรปลอดภัยที่ยกระดับเป็นเกษตรปลอดสาร จำนวนเกษตรกรปลอดสารที่ยกระดับเป็นเกษตรอินทรีย์)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ
ผลักดันการกำหนดวาระแห่งชาติและตัวชี้วัดด้านการลดสารเคมี โดยกำหนดแผนการลดปริมาณสารเคมีระดับประเทศเป็นรายปี				สภาเกษตรกร
การปรับความคิดและทัศนคติของเกษตรกรในการทำเกษตรปลอดภัย/ปลอดสาร/อินทรีย์ - สร้างกลไกให้ท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการปรับทัศนคติของเกษตรกรโดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายในท้องถิ่นที่เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง (อย่างน้อยตำบลละ 1 กลุ่ม -->80 กลุ่ม) - การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเกษตรกร โดยบูรณาการหลายหน่วยงาน อาทิ ผู้นำท้องถิ่น ผู้นำหมู่บ้าน ปราชญ์ชาวบ้าน สาธารณสุข กระทรวงเกษตร บริษัทเอกชน เพื่อร่วมจัดกิจกรรมทำความเข้าใจการเข้าสู่เกษตรอินทรีย์ เช่น กระบวนการตรวจรับรองอินทรีย์ การใช้สารอินทรีย์ทดแทนเคมี การตรวจเลือดเกษตรกรเมื่อเริ่มเข้าโครงการ และตรวจเลือดอีกครั้งในอีก 3 ปี - ติดตามประเมินผลและวางแผนกิจกรรมปีที่ 2-3เช่น ปรับ) (รูปแบบกิจกรรม หรือเพิ่มจำนวน	3 ปี (2561 – 2563) ต้องดำเนินการต่อเนื่องเพราะการเข้าสู่เกษตรอินทรีย์ต้องใช้เวลาในการปรับตัว	200,000 จำนวน 80 กลุ่ม ระยะเวลา3 ปี		สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด

ขั้นตอน	ระยะเวลาเริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ
- จัดตั้งธนาคารเมล็ดพันธุ์/ปุ๋ยอินทรีย์และธนาคารสารชีวภัณฑ์		300,000 จำนวน 80 กลุ่ม (เมล็ดพันธ์+ปุ๋ย) 600,000 จำนวน 8อำเภอ (สารชีวภัณฑ์)		สนง.เกษตรจังหวัด

สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพ 2: ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ไม้เมืองหนาว)

1) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ:

- มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแก่นมะกรูด เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว
- มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่น่าสนใจเป็นจำนวนมากที่พร้อมได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ
- เพิ่มแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวเข้าสู่เกษตรกรโดยตรงมากขึ้น

ตารางที่ 3.10-34: จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ปี 2556 – 2558

รายการ	นครสวรรค์			กำแพงเพชร			พิจิตร			อุทัยธานี		
	2556	2557	2558	2556	2557	2558	2556	2557	2558	2556	2557	2558
จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน (คน)	1,231,014	1,241,250	1,661,391	597,903	1,241,250	1,661,391	407,679	422,856	805,398	464,815	479,723	650,353
๑) นักท่องเที่ยว	738,271	734,274	974,004	358,847	734,274	975,004	217,792	227,801	448,970	218,869	224,394	302,649
- ชาวไทย	726,585	722,975	961,242	352,414	722,975	961,242	216,431	226,458	447,327	215,863	221,416	298,981
- ชาวต่างชาติ	11,686	11,299	12,762	6,433	11,299	12,762	1,361	1,343	1,643	3,006	2,978	3,668
๒) นักทัศนาจร	492,743	506,976	687,387	239,056	506,976	687,387	189,887	195,005	356,428	245,946	255,329	347,704
- ชาวไทย	477,066	491,532	661,791	226,927	491,532	661,791	186,960	192,101	352,890	244,375	253,714	345,695
- ชาวต่างชาติ	15,677	15,444	25,596	12,129	15,444	25,596	2,927	2,954	3,538	1,571	1,615	2,009
รายได้จากการท่องเที่ยว (ลบ.)	2,221.98	2,271.13	3,196.71	1,028.22	2,271.13	3,196.71	597.65	619.05	1,277.33	640.01	676.49	1,000.40
- ชาวไทย	2,167.86	2,218.20	3,127.50	989.09	2,218.20	3,127.50	590.97	612.32	1,268.56	629.50	665.85	986.53
- ชาวต่างชาติ	54.12	5.93	69.21	39.13	52.93	69.21	6.68	6.73	8.77	10.51	10.64	13.87

ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 พ.ศ. 2561-2564

2) สรุปห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ตามหลักการนั้น ภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดหนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยพิจารณาตั้งแต่กระบวนการผลิตหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเชื่อมโยงตลาดหรือการส่งถึงผู้บริโภค (ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง) ผ่านรูปแบบข้อต่อในการพัฒนาของห่วงโซ่มูลค่า ในขณะเดียวกัน ภายใต้ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าของแต่ละผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ ก็จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ หรือช่วยผลักดันให้สามารถขับเคลื่อนข้อต่อแต่ละข้อต่อไปสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor) ได้เช่นกัน การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะเปรียบเสมือนการกำหนดรายละเอียดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการ(Should be) ในภาพรวม เพื่อที่จะขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวให้เกิดขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่า และปัจจัยสู่ความสำเร็จของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่นั้น จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านบริบท ศักยภาพ สภาพความพร้อม และการสนับสนุนในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพิจารณาและปรับปรุงกรอบและรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ศักยภาพนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภายใต้ผลิตภัณฑ์ศักยภาพของพื้นที่นี้ มีรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าที่มีการปรับปรุงแล้ว ดังนี้

แผนภาพที่ 3.10-15: ห่วงโซ่มูลค่า ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของจังหวัดอุทัยธานี

3) การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

หลังจากที่มีการวิเคราะห์รายละเอียดห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นของผลิตภัณฑ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่มาได้แล้ว ก็เปรียบเสมือนว่ามีการกำหนดถึงสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพดังกล่าวขึ้นมา โดยในขั้นตอนต่อมา จะต้องมีการประเมินและศึกษาถึงรายละเอียดของการขับเคลื่อนปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละข้อต่อว่ามีการดำเนินงาน หรือมีโครงการรองรับมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะช่วยให้สามารถระบุถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ถูกระบุว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้ แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ขึ้นมาเลย ซึ่งก็คือปัจจัยที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนา (Gap) นั่นเอง

จากรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าข้างต้น พร้อมกับการหารือร่วมกับผู้บริหาร และหัวหน้าส่วนราชการของจังหวัด ทำให้สามารถสรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน และมีโครงการรองรับ พร้อมรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.10-35: สรุปรายละเอียดโครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน ที่ตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่า[22]

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.1, 5.2	การจัดซื้อพันธุ์ไม้เมืองหนาว และการสร้างองค์ความรู้ในขยายพันธุ์ไม้เมืองหนาว	สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด	แก่นมะกรูดได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัสกับอากาศหนาวเย็นและพันธุ์ไม้เมืองหนาว เช่น ลิลลี่ สตรอเบอร์รี่ แต่สภาพแวดล้อมที่แก่นมะกรูดยังต้องการการพัฒนาอีกมาก ทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว เส้นทางจราจร ตลอดจนการปรับภูมิทัศน์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตลอดปี จากในปัจจุบันที่มีนักท่องเที่ยวเฉพาะในช่วงฤดูหนาวเพียง 3 เดือนเท่านั้น อีกทั้งยังต้องมีการพัฒนาระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้เลี้ยงตนเองได้ โดยลดการพึ่งพางบประมาณภาครัฐให้น้อยลงจนไม่เป็นอิสระจากการใช้งบประมาณภาครัฐ อาทิ ในปัจจุบันต้องพึ่งพางบประมาณในการจัดซื้อพันธุ์ไม้เมืองหนาว ซึ่งได้มีการศึกษาและพัฒนาความรู้ในการขยายพันธุ์และจัดเก็บพันธุ์ไว้ใช้ในปีต่อไป

[22]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้อาจมีคลาดเคลื่อนจากรายละเอียดแผนงานที่ดำเนินการจริง

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า และ CSF	ชื่อโครงการ / แนวทางการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	แนวคิดโครงการ
2.1	ปิดทองหลังพระ	สนง.ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมจังหวัด	การพัฒนาพื้นที่ป่าที่เคยถูกชาวบ้านบุกรุกเพื่อทำเกษตร โดยการนำกลับมาปลูกป่าและฟื้นฟูพื้นที่ป่าเดิม และจัดระบบบริหารจัดการให้ชุมชนสามารถเข้ามาใช้ประโยชน์จากป่าได้ในลักษณะที่เชื่อมโยงกับการอนุรักษ์ป่า และการสร้างอาชีพให้ชาวเขา
5.1	การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวแก่นมะกรูด		การพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวแก่นมะกรูด เช่น เส้นทางจราจร ป้ายบอกทาง ลานกางเต็นท์
5.2	การปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยว		การปลูกไม้หลากสีสองข้างทาง
7.1	การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอุทัยธานี	ททท.ในพื้นที่	ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด โดยมีการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในจุดต่างๆ

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดของห่วงโซ่มูลค่าก่อนหน้า จะสามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่างในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ศักยภาพชนิดนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.10-36: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นช่องว่างในการพัฒนา

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
1.กำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย	1.1 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 1.2 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
2.การจัดการเกษตร และการพัฒนาองค์ความรู้	2.1 การพัฒนาการจัดการเกษตรเพื่อรองรับการท่องเที่ยว โดยมีการจัดเก็บและพัฒนาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง
3.พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่	3.2 การพัฒนากลไกความร่วมมือ และพัฒนาภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว
4.เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	4.1 การพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว / บุคลากรที่เกี่ยวข้อง
5.ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้รองรับการท่องเที่ยว	5.1 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ถนน ป้าย สภาพอาคาร) 5.2 การปรับปรุงภูมิทัศน์และพัฒนาสัญลักษณ์ (Landmark) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
6.พัฒนากิจกรรม และของที่ระลึก	6.1 การออกแบบและสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่า	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่าง
	6.3 การปรับปรุงของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์การเกษตรเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว
7.พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์	7.1 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชน 7.2 การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวชุมชน

แผนภาพที่ 3.10-16: สรุปปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของจังหวัดอุทัยธานี

หมายเหตุ: - ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวหนา และขีดเส้นใต้ คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ตัวหนังสือเป็นตัวธรรมดา คือปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน / โครงการมารองรับ (เป็นช่องว่าง)

ชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพที่ 2 ของจังหวัดอุทัยธานี

- สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังไม่มีแนวทางการดำเนินงาน หรือโครงการรองรับข้างต้น ถือว่าเป็นช่องว่างในการพัฒนาที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเพื่อให้การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ศักยภาพนี้สามารถดำเนินการไปได้ตลอดห่วงโซ่มูลค่า ด้วยเหตุนี้ จึงจะต้องมีการกำหนดชุดโครงการสำคัญขึ้นมา ที่จะช่วยแก้ไข หรืออุดช่องว่างในการพัฒนาดังกล่าวให้หมดไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตามหลักการแล้วชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนาขึ้นมานี้ จะเน้นไปที่การแก้ปัญหา หรืออุดช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญ แต่ในการกำหนดชุดโครงการในที่นี้ อาจหมายรวมถึงโครงการหรือแนวทางการดำเนินงานบางประเภทที่มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จบางปัจจัยอยู่แล้ว แต่แนวทางหรือโครงการดังกล่าว อาจยังต้องมีการขยายผล หรือมีการดำเนินงานเพิ่มเติม เพื่อให้การขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งมีสรุปชุดโครงการที่ต้องมีการพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 3.10-37: สรุปชุดโครงการที่จะพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อแก้ช่องว่างในการพัฒนา[23]

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
1.1 / 1.2	การสำรวจตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร	สำรวจตลาดนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว และจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวแก่นมะกรูดแบบบูรณาการ	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
2.1	การปรับปรุงภูมิทัศน์พื้นที่ท่องเที่ยวแก่นมะกรูดและโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	• การวางแผนปลูกพืชและต้นไม้เพื่อให้มีจุดดึงดูดการท่องเที่ยวได้ทั้งตลอด 12 เดือน • การศึกษาและให้ความรู้ชาวบ้านในการปลูก ขยาย และสร้างรายได้จากพันธุ์ไม้ต่างๆ	
3.2 / 4.1	การบริหารจัดการบำรุงรักษาและใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวแก่นมะกรูด	การจัดการให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว และบริหารจัดการการดูแลรักษาพื้นที่ เช่น ฝาย แปลงดอกไม้ ลานกางเต็นท์ โดยที่ชาวบ้านสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวไปพร้อมกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	ที่ทำการปกครองอำเภอบ้านไร่
5.1		การบริหารจัดการเส้นทางเดินรถ (จุดจอดรถนักท่องเที่ยวและจัดระเบียบรถรับส่ง) การจัดตั้ง one stop service การเพิ่มจำนวนที่พัก เช่น ลานกางเต็นท์ ไฟฟ้า โทรศัพท์ โฮม สเตย์พื้นเมือง (ต้องดูทัศนคติของชาวบ้านด้วย) การประสานสถานีควบคุมไฟป่าบ้านไร่ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
6.1		การออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวแก่นมะกรูด เช่น โครงการอาบป่า ชมแหล่งสมุนไพร (ต้องมีมัคคุเทศก์) ซึ่งต้องมีกลไก	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

[23]หมายเหตุ: ข้อมูลในส่วนนี้เกิดจากการสรุปข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเท่านั้น รายละเอียดที่ระบุนี้เป็นเพียงข้อมูลตั้งต้น อาจไม่สะท้อนแนวทางการดำเนินงานจริง และไม่เป็นภาระผูกพันต่อการดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ทั้งสิ้น

ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ยังเป็นช่องว่าง (Gap)	แนวทางการพัฒนา		
	ชื่อโครงการ	แนวคิดโครงการ	ผู้รับผิดชอบ / กลไกการทำงาน
		การจัดการที่ดี ไม่ให้ก่อปัญหาต่อสมุนไพร เส้นทางเดินป่าแนวเขตกันชน (จุดชมวิว จุดยิงลูกไม้เพื่อปลูกป่าธรรมชาติ) การจัดทำข้อมูลดิจิทัลให้ความรู้ แรลลี่ปลูกป่าและสร้างฝาย เส้นทางจักรยาน เป็นต้น	
5.2 / 6.3 / 7.1 / 7.2	การสร้างแบรนด์และแลนด์มาร์คการท่องเที่ยวแก่นมะกรูด	การสร้างแบรนด์และแลนด์มาร์คการท่องเที่ยวแก่นมะกรูด (เช่น อุ๊ยเก๋อ ซึ่งแปลว่า อร่อยมาก) เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของแก่นมะกรูด และใช้ประกอบการวางแผนการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแก่นมะกรูดอย่างบูรณาการ เช่น การออกแบบ/วางแผนกิจกรรมท่องเที่ยว การออกแบบของที่ระลึก เช่น ลูกพระเจ้าห้าพระองค์/มะค่าติดบาร์โค้ด (ต้องดูเรื่องปริมาณและกฎระเบียบด้วย) ผลไม้อุทัย ผ้าทอกระเหรี่ยง	สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

- รายละเอียดชุดโครงการสำคัญของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ

ชื่อโครงการ: การบูรณาการการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแก่นมะกรูด
ที่มา / หลักการและเหตุผล: ในปัจจุบันแก่นมะกรูดยังรองรับนักท่องเที่ยวได้ไม่เต็มศักยภาพ โดยนักท่องเที่ยวมักมาเยือนเป็นจำนวนมากในช่วงฤดูหนาว 3 เดือน ซึ่งมีการจัดพันธุ์ไม้เมืองหนาวต้อนรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งการบริหารจัดการท่องเที่ยวแก่นมะกรูดยังต้องการการพัฒนาปรับปรุงอีกมาก ทั้งสิ่งอำนวยความสะดวก เส้นทางจราจร ตลอดจนการปรับภูมิทัศน์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตลอดปี ซึ่งแก่นมะกรูดเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพจะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตรที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชาวชุมชนไปพร้อมกับการจัดระบบบริหารจัดการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
สรุปแนวคิดโครงการ วางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแก่นมะกรูดอย่างครบวงจร โดยชูประเด็น “สัมผัสความหนาวในภาคกลาง ทุกอณูคือธรรมชาติ” เน้นจุดขายความเป็นธรรมชาติและวิถีชีวิต ซึ่งจะมีการวางแผนอย่างบูรณาการตั้งแต่การสร้างแบรนด์ แลนด์มาร์ก การบริหารจัดการการดูแลพื้นที่ การต้อนรับนักท่องเที่ยว และการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวโดยชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมตลอด 12 เดือน และมีกลไกบริหารจัดการที่ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการดูแลพื้นที่ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว นำไปสู่การลดการพึ่งพางบประมาณแผ่นดินจนสามารถเลี้ยงตนเองได้อย่างยั่งยืน
สรุปกิจกรรมสำคัญของโครงการ • จัดทำแผนแม่บทบูรณาการการท่องเที่ยวแก่นมะกรูด ครอบคุลมการจัดการเส้นทางกิจกรรมท่องเที่ยว ของที่ระลึก สิ่งอำนวยความสะดวก • ปรับปรุงภูมิทัศน์พื้นที่ท่องเที่ยวแก่นมะกรูดและโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม • ปรับปรุงอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก • จัดทำปฏิทินท่องเที่ยวแก่นมะกรูดและแคมเปญกิจกรรมต่างๆ
กลไกการดำเนินงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา และชาวชุมชนที่อาศัยในพื้นที่แก่นมะกรูดร่วมกันวางแผนบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการ โดยมีการออกแบบกลไกการร่วมมือกันบำรุงรักษาโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชาวชุมชน
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
ผลลัพธ์: การสร้างเอกลักษณ์ที่ชัดเจนของแก่นมะกรูด แก่นมะกรูดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการยอมรับ ชาวชุมชนมีการรวมกลุ่มบริหารจัดการการท่องเที่ยวจนสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
ผลผลิต: โลโก้แบรนด์แก่นมะกรูด นำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ ใส่โลโก้ในของที่ระลึก ฯลฯ พร้อมตัวอย่างของที่ระลึก
ตัวชี้วัดของโครงการ: จำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จากการท่องเที่ยว

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากรจำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ
การว่าจ้างมืออาชีพทำการสร้างแบรนด์และแลนด์มาร์ค “แก่นมะกรูด” โดยให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วม (1.1, 5.2, 6.1, 6.3, 7.2) - โลโก้แบรนด์ - สโลแกน - แลนด์มาร์ก - ออกแบบสินค้าที่ระลึกที่แสดงเอกลักษณ์ของแก่นมะกรูดไม่ต่ำกว่า 5 รายการ - ออกแบบกิจกรรมและการจัดการท่องเที่ยวแก่นมะกรูด เช่น การอาบป่าและศึกษาสมุนไพร เส้นทางจักรยาน - จัดทำข้อเสนอกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวแก่นมะกรูด	3 เดือน (2561)	1,000,000		สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
จัดทำแผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวแก่นมะกรูด (รักษาสิ่งแวดล้อม อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม) – ว่าจ้างสถาบันการศึกษาหรือบริษัทที่ปรึกษา (1.2, 2.1, 3.2, 4.1, 5.1, 6.1, 6.3) - การบริหารจัดการเส้นทางการท่องเที่ยว ทั้งในเชิงพื้นที่และการบริหารจัดการเช่น เส้นทางจักรยาน การปรับภูมิทัศน์ - การจัดพิพิธภัณฑ์แสดงชาติพันธุ์และวิถีชีวิตของอำเภอบ้านไร่ - การผลิตและบริหารจัดการของที่ระลึกรวมถึงช่องทางการจัดจำหน่าย	1 ปี			

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ
- การบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เช่น โลจิสติกส์ ที่พัก ที่จอดรถ การจัดการขยะ ห้องสุขา ร้านค้าร้านอาหาร โฮมสเตย์ลาน กางเต็นท์ - ศึกษาความเป็นไปได้และจัดทำแผนปฏิบัติการกิจกรรมท่องเที่ยว พร้อมการบริหารจัดการ เช่น การอาบป่าและศึกษาสมุนไพร เส้นทางเดินป่าแนวเขตกันชน แรลลี่ปลูกป่า และสร้างฝายเส้นทางจักรยาน				
การปรับปรุงภูมิทัศน์พื้นที่ท่องเที่ยว แก่นมะกรูด และโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (2.1, 5.1, 5.2)	1 ปี (2562)	10,000,000		สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด (หน่วยปฏิบัติคือ เกษตร ทางหลวงชนบท แขวงการทาง สนง. ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด ทหารพราน)
จัดตั้งคณะทำงานขับเคลื่อนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนแก่นมะกรูด (นายอำเภอบ้านไร่เป็นประธาน) (ดูแลภาพรวมทุกเรื่อง)	จัดตั้งปี 2561 และดำเนินการต่อเนื่อง	100,000 (ต่อปี)		ที่ทำการปกครองอำเภอบ้านไร่
การปรับปรุงอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกในศูนย์พัฒนาราษฎรพื้นที่สูงเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (อาจจัดเป็นพิพิธภัณฑ์ ศูนย์การแสดงวัฒนธรรม อาจจัดเป็นที่พักรองรับนักท่องเที่ยว ร้านค้าชุมชน) (5.1)	2561	10,000,000		สนง.พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัด

ขั้นตอน	ระยะเวลา เริ่มต้น – สิ้นสุด	งบประมาณ (บาท)	ทรัพยากร จำเป็นอื่นๆ	ผู้รับผิดชอบ
การจัดตั้งศูนย์วิจัยพันธุ์ไม้เมืองหนาว (สร้างและถ่ายทอดองค์ความรู้การผลิตไม้เมืองหนาว เช่น ลิลี่ เพื่อให้ชาวบ้านทำการผลิตและสร้างรายได้) และจัดเป็นจุดท่องเที่ยวและศูนย์การศึกษาเรียนรู้ด้วย(2.1, 3.2, 6.3) - เจรจากับมหาวิทยาลัย - จัดทำแผนธุรกิจของศูนย์วิจัย ให้มีความเชื่อมโยงกับชาวบ้าน สามารถสร้างรายได้เลี้ยงตัวเองได้เช่น จัดทำแปลงเกษตรอินทรีย์หรือแปลงผลิตผลสาธิตร่วมกับชาวบ้าน แล้วนำผลผลิตจำหน่ายสร้างรายได้ ศูนย์กลางจำหน่ายสินค้าเกษตรของเครือข่ายชาวบ้าน (อาจเชื่อมโยงกับโอทอปเทรดเดอร์)	2561	(อาจตั้งงบประมาณสมทบกับมหาวิทยาลัย 10 ล้านบาท)		สนง.เกษตรและสหกรณ์จังหวัด
การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแก่นมะกรูดและจัดเคมเปญกิจกรรมต่าง ๆ เช่น แรลลี่แก่นมะกรูด (ต้องคำนึงถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวด้วย) (7.1)	2562	1,000,000		สนง.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด/ สนง.ประชาสัมพันธ์จังหวัด/ ที่ทำการปกครองอำเภอบ้านไร่

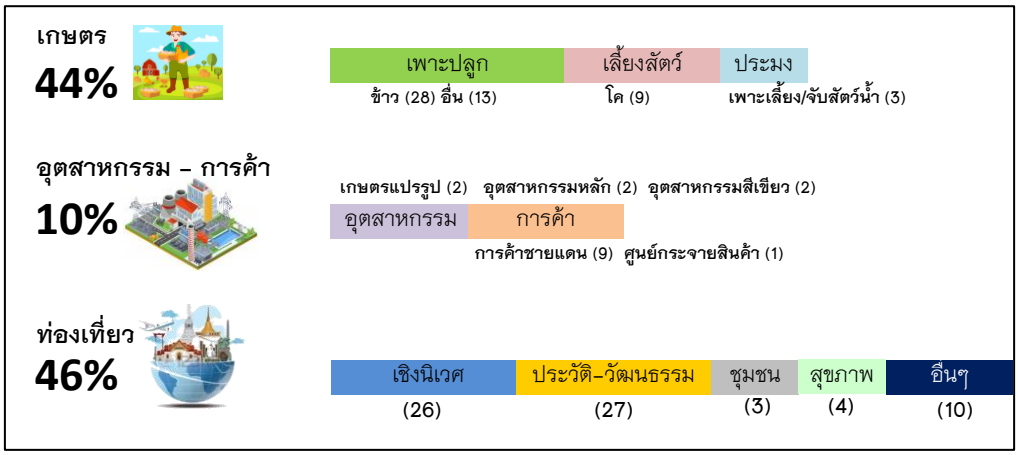
บทที่ 4 สรุปภาพรวมการวิเคราะห์และข้อเสนอเกี่ยวกับแปลงแผนสู่การขับเคลื่อนนโยบายประเทศไทย 4.0 แบบบูรณาการ เพื่อนำไปสู่สร้างความเข็มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ

จากแนวทางในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ผ่านผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพของพื้นที่ โดยแนวทางการขับเคลื่อนตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า ทำให้มองเห็นภาพการทำงานตั้งแต่ต้นกระบวนการไปยังปลายทาง ซึ่งจะสอดรับกับรูปแบบการทำงานอย่างบูรณาการจากภาคส่วนต่าง ๆ มาร่วมกันขับเคลื่อนประเด็นยุทธศาสตร์ ทั้งนี้จากการฝึกอบรมหลักสูตรการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศในระดับพื้นที่ ที่ได้คัดเลือกกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ของแต่ละพื้นที่จังหวัด จังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ได้ร่วมระดมความคิดเห็นวางแนวทางการขับเคลื่อนตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) วิเคราะห์ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor: CSF) ช่องว่างการพัฒนา (Gap Analysis) พร้อมการคิดโครงการหรือกิจกรรมภายใต้โครงการเพื่อปิดช่องว่าง (Flagship Project) นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพให้เกิดผลสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้ในพื้นที่ต่อไป โดยภาพรวมการวิเคราะห์จากกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ศักยภาพ มีผลสรุปดังนี้

4.1 สรุปผลิตภัณฑ์ศักยภาพในพื้นที่

กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ของแต่ละพื้นที่จังหวัด จังหวัดละ 2 ผลิตภัณฑ์ที่ได้ร่วมระดมความคิดเห็นรวมจำนวน 152 ผลิตภัณฑ์ พบว่า อันดับแรกที่จังหวัดเลือกศึกษาได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมาได้แก่ด้านการเกษตร ร้อยละ 44 และด้านอุตสาหกรรมการค้า การลงทุน ร้อยละ 10 โดยมีสรุปผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) เป็นกลุ่มดังนี้

แผนภาพที่ 4-1: สรุปกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) จากการอบรม

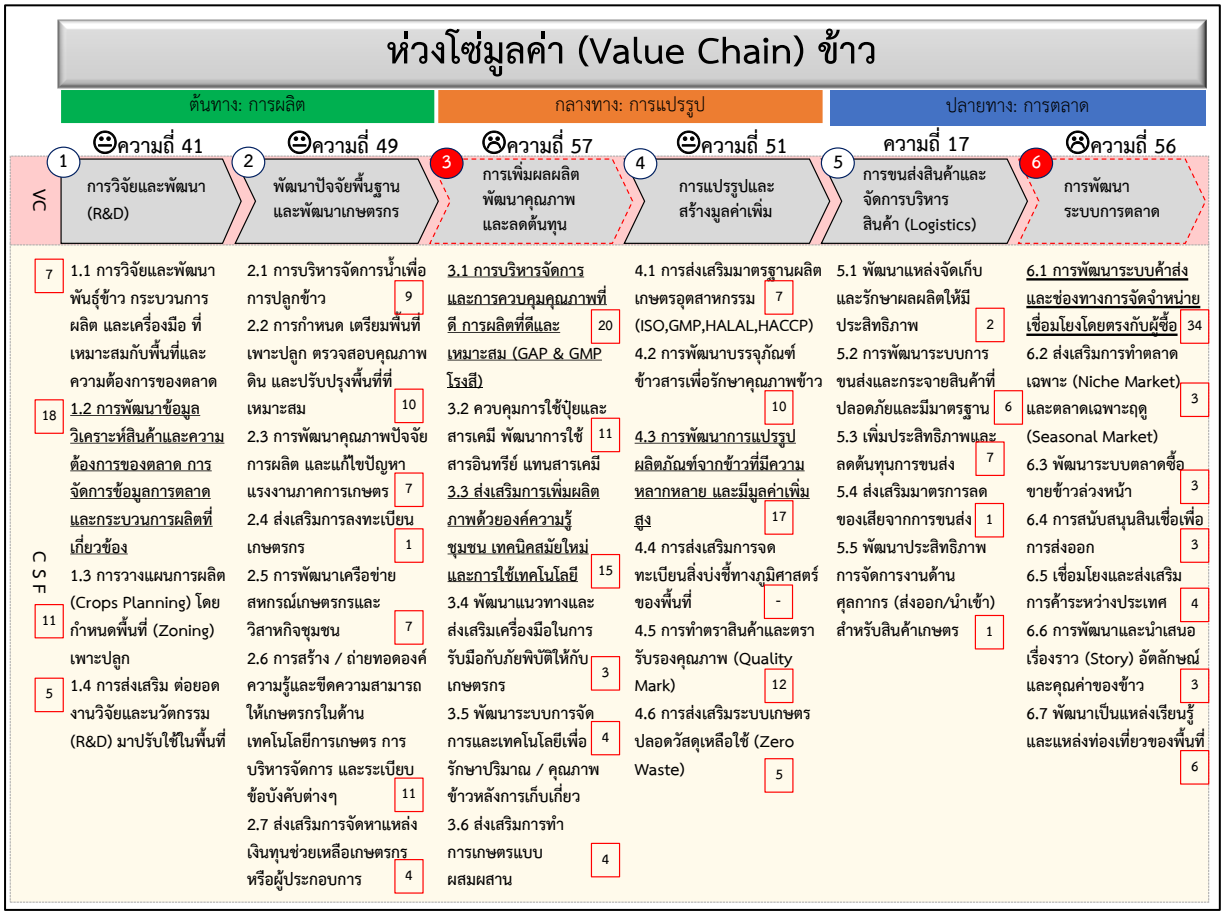


<u>ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านการเกษตร</u>

ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ	จังหวัด	
ข้าว (28 จังหวัด)	หนองบัวลำภู นครพนม พิษณุโลก สุโขทัย นครสวรรค์ พิจิต อุทัยธานี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา บุรีรัมย์ กาฬสินธุ์ ขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด อุตรดิตถ์ ชัยนาท ลพบุรี สิงห์บุรี นครราชสีมา ชัยภูมิ สุรินทร์ เชียงราย พะเยา ยโสธร ศรีสะเกษ อำนาจเจริญ อุบลราชธานี สุพรรณบุรี	
ปศุสัตว์ (เลี้ยงโค) (9 จังหวัด)	สกลนคร ตาก พัทลุง สระบุรี บุรีรัมย์ เพชรบุรี นครราชสีมา ชัยภูมิ สุรินทร์	
ประมง (3 จังหวัด)	พังงา ปัตตานี สมุทรสาคร	
ปลูกพืชอื่น ๆ (13 จังหวัด)	ยางพารา	บึงกาฬ ตรัง สงขลา นครศรีธรรมราช
	อ้อย	อุดรธานี
	ปาล์ม	กระบี่ สุราษฎร์ธานี สตูล
	ผักปลอดภัย	นนทบุรี อ่างทอง เชียงใหม่
	อาหารปลอดภัย	นครนายก
	สมุนไพรไทยสู่สากล	ปราจีนบุรี
	ผลไม้	เลย ชุมพร ระนอง ลำปาง ลำพูน ราชบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ยะลา ฉะเชิงเทรา อุตรดิตถ์
	มะขามหวาน	เพชรบูรณ์
	กล้วยไข่	กำแพงเพชร
	กล้วยไม้	นครปฐม
	มะพร้าว	สมุทรสงคราม

จากการวิเคราะห์ช่องว่างเพื่อการพัฒนาตามกรอบแนวคิดห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ด้านเกษตร ในแต่ละผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ของการอบรม สรุปภาพรวมจากทุกจังหวัดพร้อมตัวอย่างโครงการได้ดังนี้

แผนภาพที่ 4-2: ห่วงโซ่มูลค่าผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านเกษตร: ข้าว



หมายเหตุ: ☒ ความถี่ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างจากการนับสะสมรวมทุกจังหวัด

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ ที่มีความถี่สูงเป็นที่น่าสังเกต

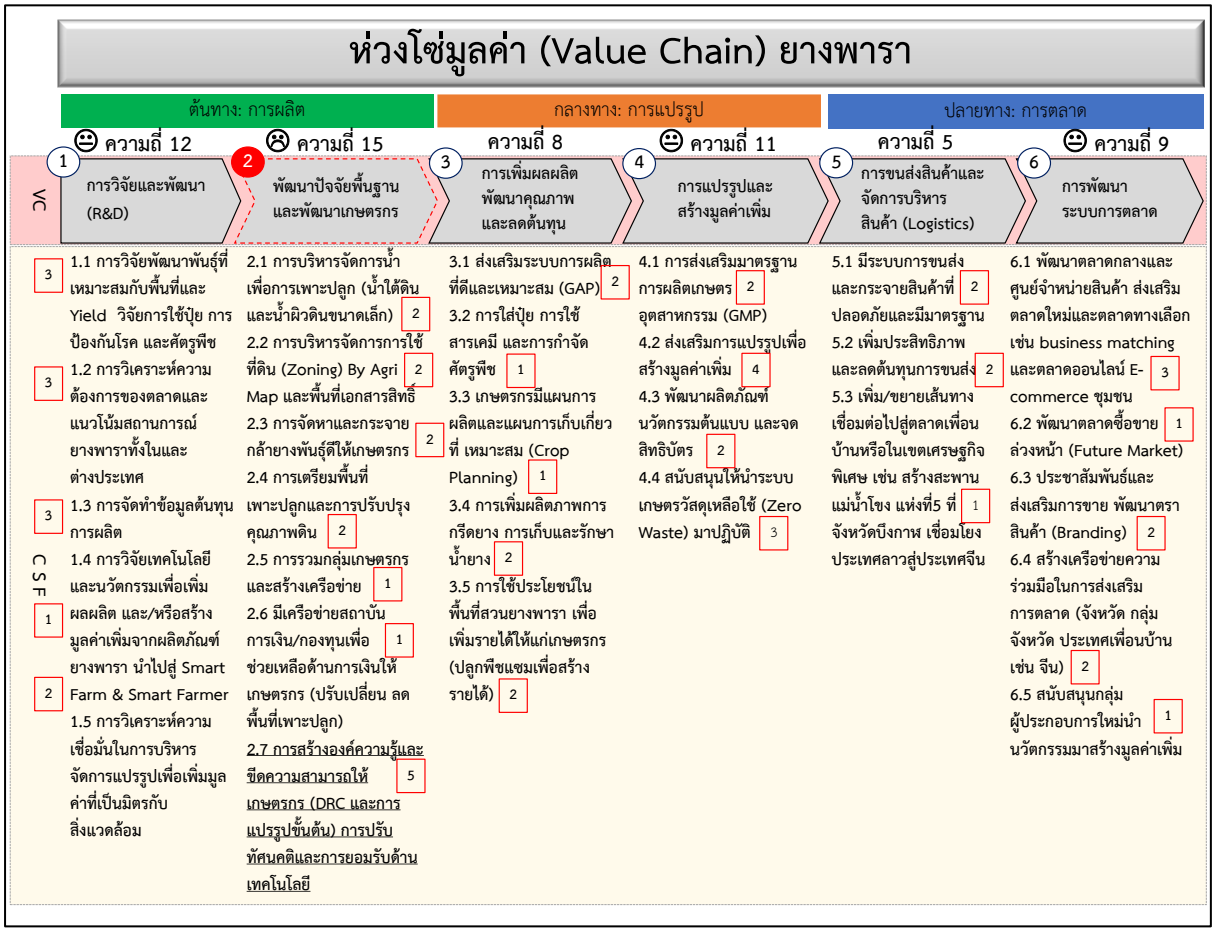
จากช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่แต่ละจังหวัดได้เลือกนั้น ได้ระดมความคิดเห็นเพื่อลดช่องว่างของปัจจัยสู่ความสำเร็จต่าง ๆ โดยสรุปโครงการ ดังนี้

1. โครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งพัฒนาการเกษตรปลอดภัยสู่เกษตรอินทรีย์
2. โครงการพัฒนาทักษะการผลิตการเกษตรปลอดภัยสู่เกษตรอินทรีย์
3. โครงการสนับสนุนโรงสีชุมชนให้เป็นโรงสีข้าวอินทรีย์
4. โครงการพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าและOutlet ประชารัฐ เพื่อจำหน่ายสินค้าข้าวอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ชุมชน
5. โครงการวิเคราะห์ความพร้อมในการจัดทำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์นครพนม
6. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์
7. โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ นครพนม
8. โครงการสร้างการรับรู้โดยการประชาสัมพันธ์
9. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง
10. โครงการพัฒนายกระดับมาตรฐาน GMP กลุ่มสหกรณ์โรงสีข้าว

11. โครงการพิษณุโลกศูนย์กลางการผลิตข้าวขาวปลอดภัยเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมแปรรูป โดยใช้ตลาดนำ
12. โครงการส่งเสริมและพัฒนาการผลิตข้าวปลอดภัยเพื่อตลาดอุตสาหกรรมแปรรูป (ให้ความรู้เกษตรกรจากการดูงานเกษตรกรตัวอย่าง)
13. โครงการวิจัยตลาดข้าวปลอดภัย
14. โครงการบริหารจัดการน้ำและชลประทาน
15. โครงการแปรรูปสินค้าเพื่อสร้างมูลค่าและสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด
16. โครงการพัฒนาตลาดกลางค้าข้าวภาคเหนือตอนล่าง
17. โครงการพัฒนาระบบการสรรหาและสั่งซื้อข้าวจากโรงสี
18. โครงการพัฒนาขีดความสามารถการผลิตและโลจิสติกส์
19. โครงการศูนย์ one stop service ด้านการส่งออก
20. โครงการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า และ ICD
21. โครงการพัฒนาระบบการสรรหาข้าวเปลือกทั้งปริมาณและคุณภาพ (ภาคเหนือตอนล่าง)
22. โครงการส่งเสริมและพัฒนาการรวมกลุ่มของชาวนา
23. โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพโรงสีชุมชนและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว
24. โครงการพัฒนานวัตกรรมการจัดการเฉพาะพื้นที่ เพื่อการส่งเสริมการปลูกข้าวปลอดภัย
25. โครงการขยายผลการสนับสนุนปัจจัยการผลิตแบบอินทรีย์
26. โครงการส่งเสริมเครือข่ายและยกระดับศักยภาพการเรียนรู้ทางด้านเกษตรปลอดภัย
27. โครงการพัฒนาผู้นำการเกษตรอัจฉริยะ
28. โครงการจัดตั้งศูนย์ตรวจวัดรับรองคุณภาพสินค้าเกษตรปลอดภัย
29. โครงกรพัฒนาและปรับปรุงโครงข่ายคมนาคมเพื่อการเกษตร
30. โครงการพัฒนาฐานข้อมูลทางการตลาดเรื่องข้าว
31. การวางแผนการตลาดข้าวอินทรีย์เพื่อบ่มเพาะเครือข่ายเกษตรกรข้าวอินทรีย์
32. การพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรข้าวอินทรีย์
33. การพัฒนาเกษตรอินทรีย์อุทัยธานี
34. การสร้างมูลค่าเพิ่มข้าวอินทรีย์
35. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
36. การวิจัยและพัฒนาพันธุ์ข้าวหอมปทุมให้มีสรรพคุณเป็นยา
37. ต้นแบบชุมชนชาวนาอารยะสร้างชาติ : ปทุมธานี โมเดล
38. การสร้างอัตลักษณ์ข้าวหอมปทุม
39. โครงการส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่

ทั้งนี้รายละเอียดโครงการของแต่ละจังหวัด สามารถดูรายละเอียดได้ในบทที่ 3 ของรายงานที่แยกรายละเอียดตามจังหวัด

แผนภาพที่ 4-3: ห่วงโซ่มูลค่าผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านเกษตร: ยางพารา



หมายเหตุ: ☒ ความถี่ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างจากการนับสะสมรวมทุกจังหวัด

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ ที่มีความถี่สูงเป็นที่น่าสังเกต

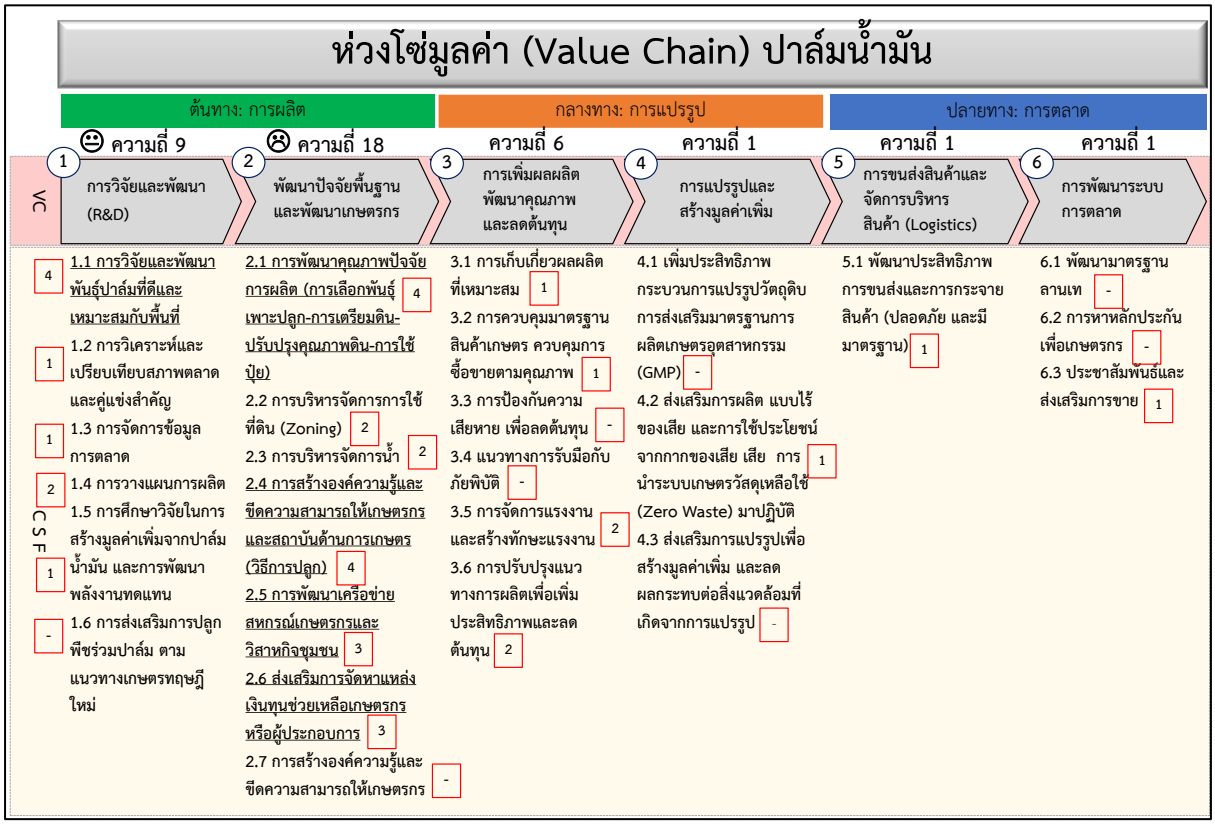
จากช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่แต่ละจังหวัดได้เลือกนั้น ได้ระดมความคิดเห็นเพื่อลดช่องว่างของปัจจัยสู่ความสำเร็จต่าง ๆ โดยสรุปโครงการ ดังนี้

1. โครงการจัดทำข้อมูลต้นทุนการผลิต
2. โครงการสร้างมูลค่าเพิ่มจากไม้ยางพารา
3. โครงการส่งเสริมการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ยางพารากลุ่มจังหวัดอีสานตอนบน
4. โครงการจัดทำฐานข้อมูลต้นทุนการผลิตและการแปรรูปยางพารา จ.ตรัง
5. โครงการวิเคราะห์ความต้องการของตลาดและแนวโน้มสถานการณ์ยางพาราและผลิตภัณฑ์ยางพาราทั้งในและต่างประเทศ
6. โครงการสร้างความเชื่อมั่นให้กับชุมชนในการจัดการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพาราที่มิตรกับสิ่งแวดล้อม
7. โครงการบริหารจัดการการใช้ที่ดิน (Zoning) ทั้งด้านการเกษตรและอุตสาหกรรมยางพารา
8. โครงการพัฒนาศักยภาพเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราตรัง “เปลี่ยนวิธีคิด ผลผลิตเพิ่มขึ้น”
9. โครงการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการยางพารา

10. โครงการส่งเสริมการใช้ประโยชน์ในพื้นที่สวนยางพารารายได้ให้แก่เกษตรกร
11. โครงการส่งเสริมระบบการผลิตที่ดีและเหมาะสม (GAP) ของยางพารา
12. โครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดการน้ำเสียจากการแปรรูปยางพารา
13. โครงการสร้างผู้ประกอบการมืออาชีพ start up ยางพาราตรัง
14. โครงการพัฒนาท่าเรือของรัฐให้มีศักยภาพในการขนส่งสินค้า
15. โครงการพัฒนาระบบราง จากกันตัง-ท่าเรือนาเกลือ (งบ Function)
16. การสร้างตลาดกลางยางพารา จังหวัดตรัง
17. โครงการส่งเสริมการแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมยางพารา
18. โครงการฝึกอบรมเกษตรกรให้มีความเชี่ยวชาญด้านการผลิต มีใบรับรอง Certificate ซึ่งสามารถนำไปรับสิทธิพิเศษ สวัสดิการแห่งรัฐต่าง ๆ
19. โครงการเสริมสร้างองค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม ด้านยางพาราสู่ Smart Farmer และนำนวัตกรรมสู่ Smart Farm
20. โครงการเสริมสร้างความเข้าใจในการจัด zoning พื้นที่ปลูกยางพารา
21. โครงการวิจัยเพิ่มปริมาณผลผลิตยางพาราต่อไร่ ลดต้นทุนการผลิต
22. โครงการจัดตั้ง Innovation Center
23. โครงการคิดค้น ผลิตนวัตกรรมยางพาราใหม่ๆ
24. โครงการส่งเสริมการตลาด E-commerce ชุมชน และระบบโลจิสติกส์

ทั้งนี้รายละเอียดโครงการของแต่ละจังหวัด สามารถดูรายละเอียดได้ในบทที่ 3 ของรายงานที่แยกรายละเอียดตามจังหวัด

แผนภาพที่ 4-4: ห่วงโซ่มูลค่าผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านเกษตร: ปาล์มน้ำมัน



หมายเหตุ: ☒ ความถี่ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างจากการนับสะสมรวมทุกจังหวัด

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ ที่มีความถี่สูงเป็นที่น่าสังเกต

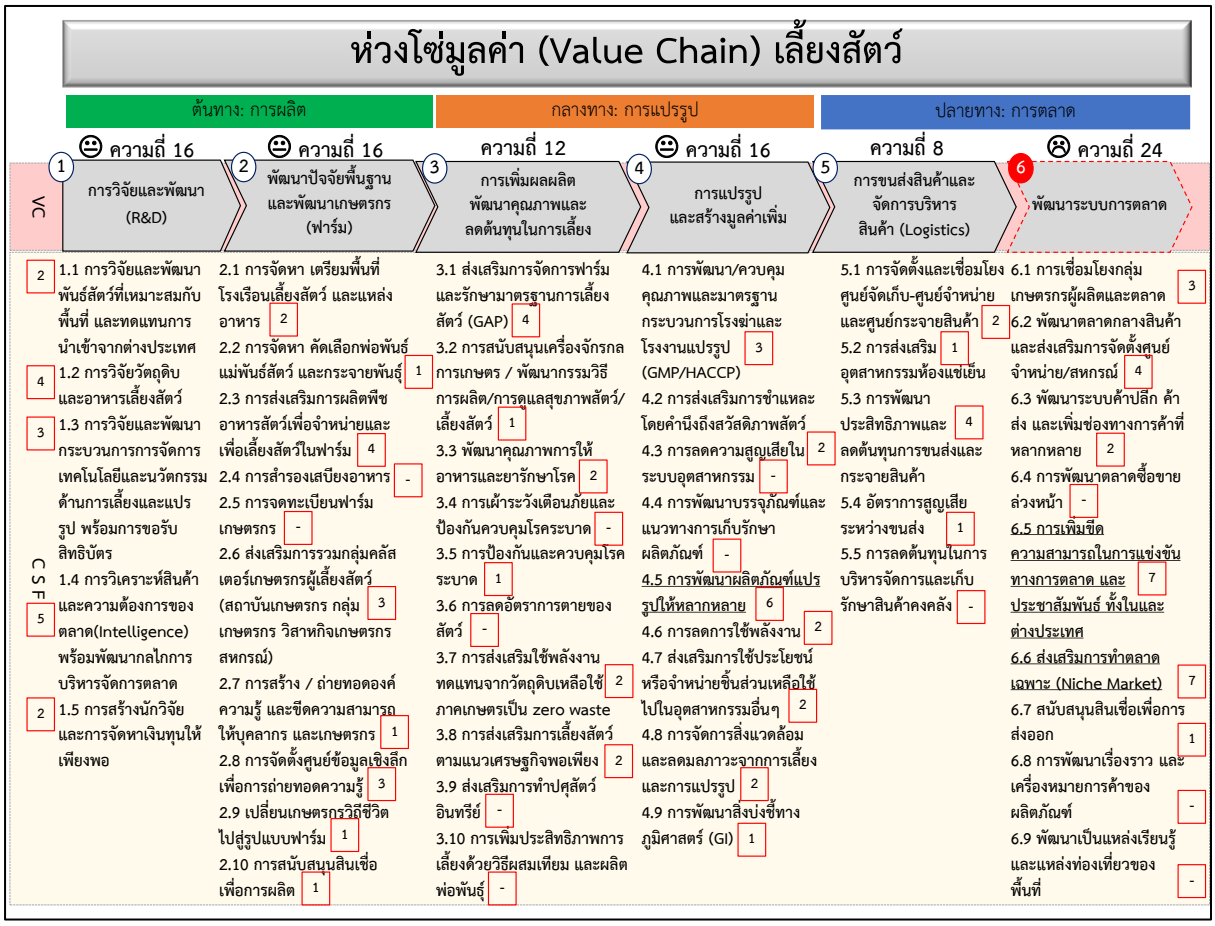
จากช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่แต่ละจังหวัดได้เลือกนั้น ได้ระดมความคิดเห็นเพื่อลดช่องว่างของปัจจัยสู่ความสำเร็จต่าง ๆ โดยสรุปโครงการ ดังนี้

1. โครงการพัฒนาคุณภาพปาล์มน้ำมันทั้งระบบ
2. โครงการแผนพัฒนาแหล่งน้ำและเพิ่มพื้นที่ชลประทานในพื้นที่เกษตรกรรม(ปาล์มน้ำมัน)
3. โครงการสร้างรายได้เสริมให้เกษตรกรสวนปาล์ม
4. โครงการศูนย์วิจัยราคา ผลผลิต พันธุ์ปาล์ม พัฒนาองค์ความรู้เรื่องปาล์มน้ำมันจังหวัดสุราษฎร์ธานี
5. โครงการผลิตปาล์ม 4.0 อัจฉริยะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี
6. โครงการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด ข้อมูลการเปรียบเทียบทางการตลาด และ ข้อมูลการวางแผนการผลิต
7. โครงการส่งเสริมการแปรรูปปุ๋ยหมักชีวภาพเพื่อเพิ่มผลผลิต และ รักษาธรรมชาติ
8. โครงการบริหารจัดการน้ำ
9. โครงการบริหารจัดการกลุ่มเครือข่ายสหกรณ์ผู้ปลูกปาล์มน้ำมัน
10. โครงการลด Carbon Footprint จากการผลิตน้ำมันจากปาล์มน้ำมัน
11. โครงการผลิตแรงงานที่มีศักยภาพตามความต้องการของตลาด

12. โครงการศึกษาการจัดเก็บและขนส่งน้ำมันปาล์ม
13. โครงการส่งเสริมเกษตรแปลงใหญ่และ SMART FARMER ปาล์มน้ำมัน
14. การวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มผลผลิต
15. โครงการศึกษาศักยภาพในการพัฒนาพลังงานทดแทนจากปาล์มน้ำมัน ใน จ.สตูล
16. การศึกษาความเหมาะสมในการผลิตเชื้อเพลิงอัดแท่งจากวัสดุเหลือใช้จากปาล์มน้ำมัน
17. โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการส่งเสริมการตลาด

ทั้งนี้รายละเอียดโครงการของแต่ละจังหวัด สามารถดูรายละเอียดได้ในบทที่ 3 ของรายงานที่แยกรายละเอียดตามจังหวัด และสำหรับการเพาะปลูกพืชอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาแสดงผลรวมในบทนี้ สามารถรายละเอียดได้ในบทที่ 3 ของรายงานนี้ได้เช่นกัน

แผนภาพที่ 4-5: ห่วงโซ่มูลค่าผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านเกษตร: การเลี้ยงสัตว์



หมายเหตุ: ☒ ความถี่ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างจากการนับสะสมรวมทุกจังหวัด

<u>ปัจจัยสู่ความสำเร็จ</u> ที่มีความถี่สูงเป็นที่น่าสังเกต

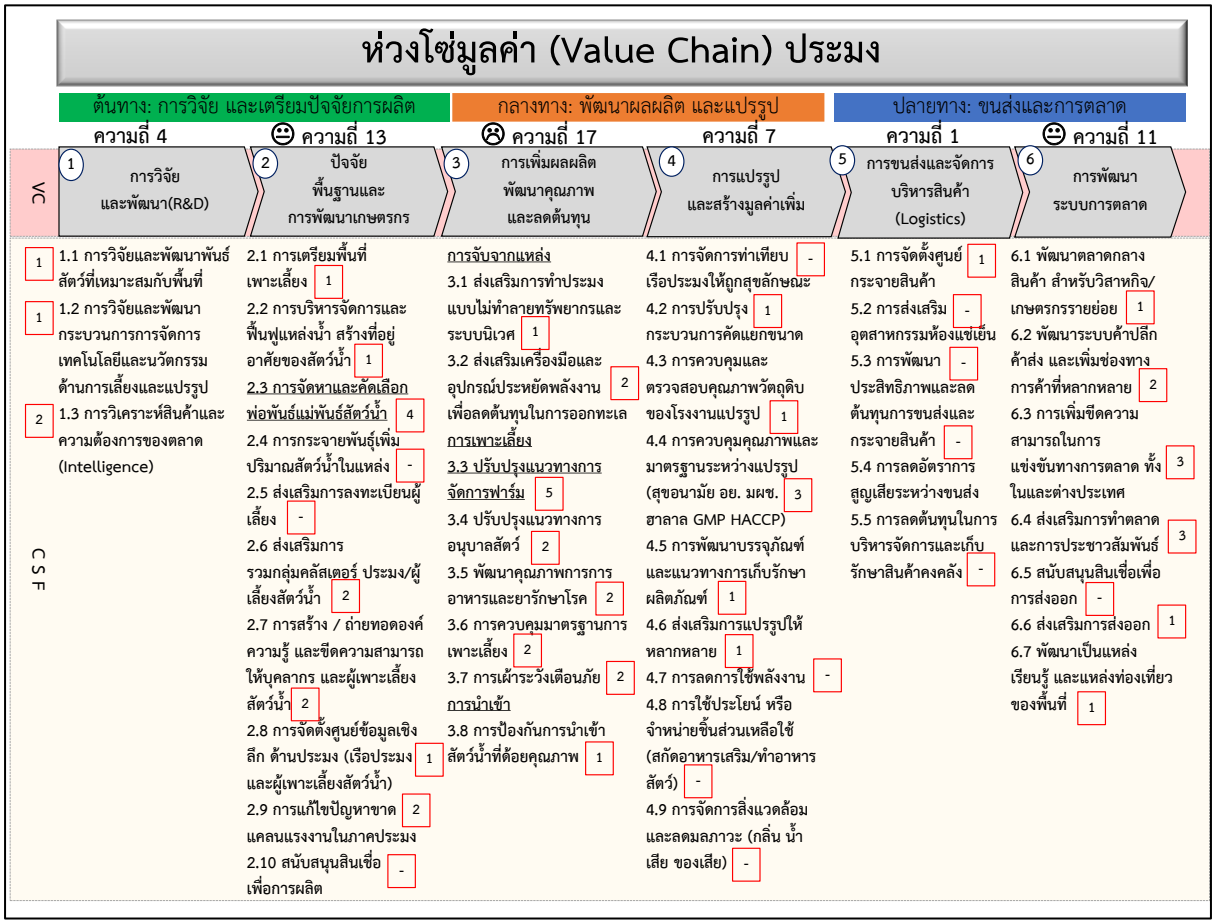
จากช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่แต่ละจังหวัดได้เลือกนั้น ได้ระดมความคิดเห็นเพื่อลดช่องว่างของปัจจัยสู่ความสำเร็จต่าง ๆ โดยสรุปโครงการ ดังนี้

1. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การแปรรูป การตลาดโคเนื้อคุณภาพสู่อาเซียน
2. โครงการยกระดับมาตรฐานการเลี้ยงโค
3. โครงการย้ายฝากตัวอ่อนโคพันธุ์ตาก
4. โครงการวิจัยตลาดและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์โคเนื้อเชื่อมโยงสู่ตลาดภายในและต่างประเทศ
5. โครงการพัฒนากลุ่มองค์กรและสถาบันเกษตรกรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อโคขุนศรีวิชัย
6. โครงการสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลพลอยได้จากอุตสาหกรรมโคเนื้อศรีวิชัย
7. โครงการพัฒนาระบบขนส่งและกระจายสินค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อโคขุนศรีวิชัย
8. โครงการเพิ่มมูลค่าและส่งเสริมตลาดโคเนื้อจังหวัดสระบุรี
9. โครงการเพิ่มมูลค่าและเชื่อมโยงตลาดของสินค้าน้ำนมโคและผลิตภัณฑ์
10. โครงการวิจัยและพัฒนาเพื่อจัดทำฐานข้อมูลการผลิตและการตลาดโคเนื้อแบบครบวงจร
11. โครงการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อแบบเศรษฐกิจพอเพียง
12. โครงการส่งเสริมการแปรรูปเนื้อโคให้มีมูลค่าเพิ่ม
13. โครงการเพิ่มช่องทางการตลาดโคเนื้อทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด
14. การวิเคราะห์สารอาหารในเปลือกลูกตาลและการทดสอบการใช้เปลือกลูกตาลอ่อนในสูตรอาหาร TMR ขุนโคเนื้อ
15. การพัฒนาการจัดการฟาร์มและมาตรฐานการเลี้ยงโคเนื้อ
16. การพัฒนาโรงฆ่าสัตว์ชุมชนให้ได้มาตรฐานสากล
17. การพัฒนาผลิตภัณฑ์โคเนื้อเพชรบุรี
18. การวางแผนเตรียมการบริหารจัดการรถห้องเย็นเพื่อขนส่งผลิตภัณฑ์เนื้อ
19. โครงการวิจัยต่อยอดน้ำเชื้อโควากิว
20. โครงการวิจัยอาหารและส่วนผสมอาหารโควากิว
21. โครงการวิจัยต้นแบบเลี้ยงโควากิวแบบโรงเรือนระบบปิด
22. โครงการวิเคราะห์/วิจัย กลุ่มผู้บริโภคในตลาดต่างๆ
23. โครงการ วิจัยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคนิคพิเศษเพื่อนำไปสู่การแปรรูป
24. โครงการจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาโควากิว
25. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติ การจัดทำโรงเรือนเลี้ยงโควากิวตามมาตรฐาน (GAP) สำหรับเกษตรกรรายย่อย
26. โครงการผลิตอาหารสัตว์ผสมเสร็จจากวัสดุเหลือใช้ทางการ เกษตร
27. โครงการเชื่อมโยงกลุ่มคลัสเตอร์ผู้เลี้ยงโควากิวให้มีความเข้มแข็ง
28. โครงการศูนย์เรียนรู้โควากิวแบบครบวงจร

29. โครงการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลเชิงลึกในเชิงสถิติและคุณภาพ
30. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การบริหารจัดการการเลี้ยงโควากิวตามระบบมาตรฐาน (GAP)
31. โครงการอบรมเกษตรกรในการเลี้ยงโควากิวตามช่วงอายุโควากิว
32. โครงการอบรม เชิงปฏิบัติการ ด้านการเฝ้าระวัง / ป้องกันโรคระบาดอย่างต่อเนื่อง
33. โครงการผลิตไบโอแกส เพื่อใช้ในฟาร์มและครัวเรือน
34. โครงการสร้างโรงฆ่าสัตว์ตามมาตรฐานสากล เพื่อการส่งออกครบวงจร
35. โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพ
36. โครงการควบคุมคุณภาพการแปรรูปให้มีมาตรฐานระดับสากล ได้แก่ GMP HACCP HALAL
37. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการจัดทำระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety Management System)
38. โครงการจัดตั้งศูนย์ กระจายสินค้า
39. โครงการสร้างแบรนด์
40. โครงการส่งเสริมการตลาดควบคู่กับการส่งเสริมเป็นแหล่งท่องเที่ยว
41. โครงการวิจัยอาหารโคเนื้อโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น
42. โครงการวิจัยโรงเรือนระบบปิดเลี้ยงโคขุน
43. โครงการวิจัยกระบวนการผลิตโคเนื้อวากิว
44. โครงการจัดตั้งศูนย์น้ำเชื้อแช่แข็ง
45. โครงการส่งเสริมการผลิตพืชอาหารเลี้ยงสัตว์
46. โครงการฝึกอบรมและพัฒนาเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ
47. โครงการจัดตั้งศูนย์ข้อมูล เชิงลึกและศูนย์การเรียนรู้การเลี้ยงโควากิลแบบครบวงจร
48. โครงการประสานความร่วมมือกับสถาบันการเงิน
49. โครงการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานโรงฆ่า
50. โครงการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานระหว่างแปรรูป โคเนื้อ(GMP/HACCP)
51. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปโคเนื้อให้หลากหลาย
52. โครงการโคเนื้อ Food Safety
53. โครงการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า
54. โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมห้องแช่เย็น
55. โครงการจัด Zoning ให้เหมาะสมต่อการผลิตเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง
56. โครงการวิจัยและพัฒนาการผลิตอาหารสำเร็จรูป TMR สำหรับโคเนื้อศักยภาพ
57. การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลการผลิตโคเนื้อคุณภาพ
58. โครงการจัดทำแบรนด์สินค้าโคเนื้อคุณภาพ

ทั้งนี้รายละเอียดโครงการของแต่ละจังหวัด สามารถดูรายละเอียดได้ในบทที่ 3 ของรายงานที่แยกรายละเอียดตามจังหวัด

แผนภาพที่ 4-6: ห่วงโซ่มูลค่าผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านเกษตร: การประมง



หมายเหตุ: ☒ ความถี่ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างจากการนับสะสมรวมทุกจังหวัด

<u>ปัจจัยสู่ความสำเร็จ</u> ที่มีความถี่สูงเป็นที่น่าสังเกต

จากช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่แต่ละจังหวัดได้เลือกนั้น ได้ระดมความคิดเห็นเพื่อลดช่องว่างของปัจจัยสู่ความสำเร็จต่าง ๆ โดยสรุปโครงการ ดังนี้

1. ครัวอันดามัน : พังงา อาหารทะเลปลอดภัย
2. จัดตั้งศูนย์ข้อมูลด้านประมง (เรือประมงและผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ)
3. โครงการพัฒนาท่าเทียบเรือประมงปัตตานี ระยะที่ 2
4. โครงการตลาดน้ำปัตตานี
5. การส่งเสริมการเลี้ยงปูทะเล
6. การส่งเสริมการเลี้ยงหอยแมลงภู่
7. การส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งขาว

8. การส่งเสริมการเลี้ยงปลาสลิด
9. การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานระหว่างแปรรูปสัตว์น้ำ (GMP/HACCP ฯลฯ)

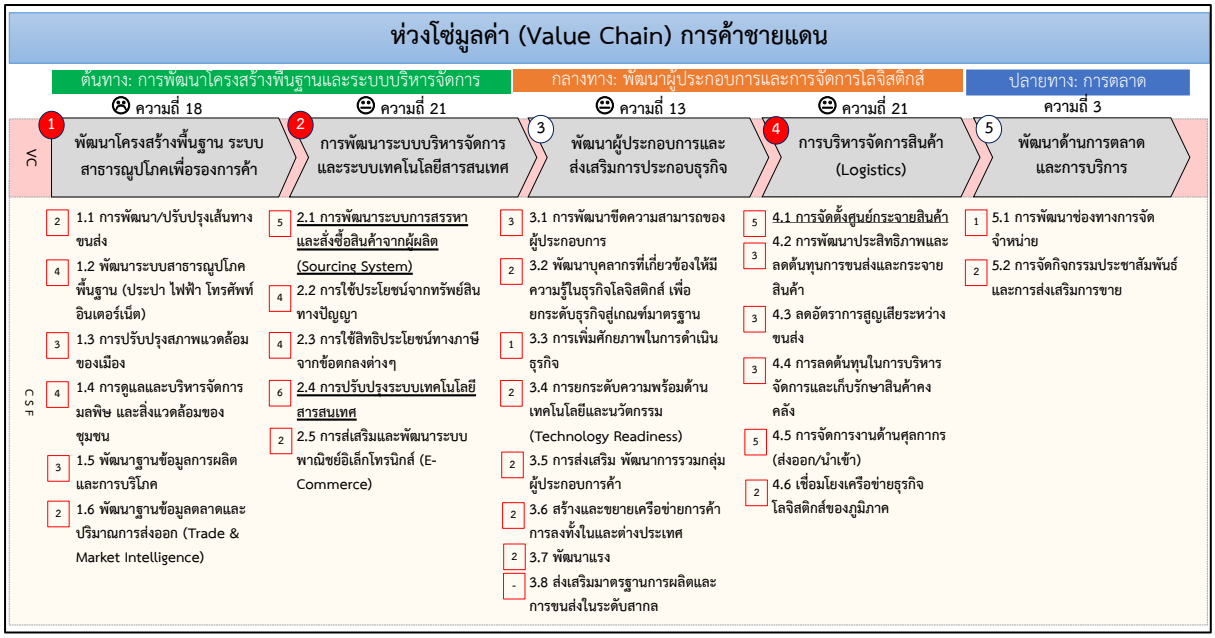
ทั้งนี้รายละเอียดโครงการของแต่ละจังหวัด สามารถดูรายละเอียดได้ในบทที่ 3 ของรายงานที่แยกรายละเอียดตามจังหวัด

<u>ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านอุสาหกรรม การค้า การลงทุน</u>

ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ	จังหวัด
เกษตรอุตสาหกรรม/แปรรูป (1 จังหวัด)	ภูเก็ต
ผลิตภัณฑ์จากไม้สัก (1 จังหวัด)	แพร่
ฐานอุตสาหกรรมหลักของประเทศ (2 จังหวัด)	ชลบุรี ระยอง
อุตสาหกรรมสีเขียว/เชิงนิเวศ (2 จังหวัด)	ฉะเชิงเทรา สมุทรปราการ
การค้าชายแดน (8 จังหวัด)	หนองคาย มุกดาหาร กาญจนบุรี นราธิวาส สระแก้ว จันทบุรี ตราด แม่ฮ่องสอน
ศูนย์กระจายสินค้า (1 จังหวัด)	นครศรีธรรมราช

จากการวิเคราะห์ช่องว่างเพื่อการพัฒนาตามกรอบแนวคิดห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ด้านอุตสาหกรรม สามารถดูรายละเอียดในบทที่ 3 ของแต่ละจังหวัดได้ ในส่วนนี้จะขอสรุปภาพรวมจากทุกจังหวัดในผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านการค้าชายแดน พร้อมตัวอย่างโครงการได้ดังนี้

แผนภาพที่ 4-7: ห่วงโซ่มูลค่าผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านการค้าชายแดน



หมายเหตุ: ☒ ความถี่ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างจากการนับสะสมรวมทุกจังหวัด

<u>ปัจจัยสู่ความสำเร็จ</u> ที่มีความถี่สูงเป็นที่น่าสังเกต

จากช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่แต่ละจังหวัดได้เลือกนั้น ได้ระดมความคิดเห็นเพื่อลดช่องว่างของปัจจัยสู่ความสำเร็จต่าง ๆ โดยสรุปโครงการ ดังนี้

1. โครงการการจัดการมลพิษ
2. โครงการจัดทำระบบฐานข้อมูลสถิติและสารสนเทศระดับพื้นที่ จ.หนองคาย
3. จัดตั้งศูนย์ one stop service (OSS) และพัฒนาระบบ one stop service (OSS)
4. โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านโลจิสติกส์
5. โครงการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าและการบริหารจัดการศูนย์กระจายสินค้า
6. โครงการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม
7. โครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาพื้นที่เขตปลอดภาษีชายแดน (Free Trade Border Area) จังหวัดมุกดาหาร
8. โครงการพัฒนา Smart City จังหวัดมุกดาหาร
9. โครงการพัฒนาและการเผยแพร่ข้อมูลเชิงลึกด้านการตลาด การบริโภค และธุรกิจ
10. โครงการเปิดโลกอุตสาหกรรม
11. โครงการเชื่อมโยงผู้ประกอบการรุ่นใหม่ไทย – ลาว
12. โครงการจัดตั้งศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าจังหวัดมุกดาหาร
13. โครงการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ของฝากในจังหวัดกาญจนบุรี
14. โครงการศึกษาการรวมกลุ่มอาชีพในจังหวัดกาญจนบุรี
15. โครงการการศึกษาจัดตั้งศูนย์บริการบำรุงรักษายานยนต์เพื่อรองรับอุตสาหกรรมการขนส่งด้านการค้าสู่สากล
16. โครงการศึกษา การเตรียมความพร้อมของการเป็นด่านการค้าชายแดนระหว่างประเทศ
17. โครงการยกระดับพัฒนาบริการด้านสุขภาพโรงพยาบาลอรัญประเทศ
18. โครงการพัฒนาการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของสถานพยาบาลในเขตเศรษฐกิจพิเศษ
19. โครงการพัฒนาแหล่งน้ำและป้องกันภัยจากพื้นที่
20. โครงการปรับปรุงฐานข้อมูลที่เอื้อต่อการลงทุนในศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ one stop service (OSS)
21. โครงการรวบรวมข้อเสนอกฎหมาย กฎระเบียบที่เอื้อประโยชน์ต่อการลงทุนจากส่วนกลาง
22. โครงการการพัฒนาขีดความสามารถและเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ขยายไปยังสถาบันเกษตรกร OTOP และ SME ที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรง ให้ได้รับผลเชิงบวก
23. โครงการฝึกอบรมฝีมือแรงงานระยะสั้นในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษสระแก้ว
24. โครงการสหศึกษาในสถานศึกษาเพื่อรองรับตลาดแรงงาน
25. โครงการประชุมหารือหาข้อตกลงร่วมระหว่างนักลงทุนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
26. โครงการศูนย์อำนวยความสะดวกด้านศุลกากรแบบครบวงจร จังหวัดจันทบุรี
27. โครงการเปิดเส้นทางผ่านรถบรรทุก (จุดเขาวงศ์ – คลองใหญ่ – หลัก 72 – กัมพูชา)

28. โครงการสะพานข้าม อ่างเก็บน้ำคลองสโน เพื่อทดแทนถนนเดิม
29. โครงการปรับปรุงไฟฟ้า ประปา อินเตอร์เน็ต บ้านท่าเส้น
30. โครงการทำผังเมือง เนิน 400 บ้านมะม่วง ต.นนทรี อ.บ่อไร่ (ผังเฉพาะชุมชน)
31. โครงการขยะชุมชน ขนาดเล็ก 3แห่ง (อ.เมือง อ.บ่อไร่ อ.คลองใหญ่)
32. โครงการพัฒนาข้อมูลการผลิต และ การบริโภค (Supply & Demand)
33. โครงการระบบสรรหา (การสั่งซื้อสินค้า) ของ จังหวัดตราด
34. โครงการพัฒนาส่งเสริมความร่วมมือ ศูนย์ดิจิตอลชุมชน และ พัฒนาผู้ประกอบการออนไลน์ ของ จังหวัดตราด
35. โครงการความร่วมมือบูรณาการ พัฒนาการแปรรูปสินค้า และ ความร่วมมือกับ ประเทศกัมพูชา
36. โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการขนส่ง เพื่อ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่าง ไทย - กัมพูชา
37. โครงการเตรียมความพร้อมพื้นที่ รองรับ ศูนย์กระจายสินค้าจังหวัดตราด
38. โครงการศึกษา ร้านค้าปลอดภาษี ที่ ต.คลองใหญ่ อ.คลองใหญ่
39. โครงการศูนย์ส่งเสริมการค้า การลงทุน จังหวัดตราด
40. สร้างผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงจากวัตถุดิบเพื่อนบ้าน
41. จัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า
42. สร้างความสัมพันธ์เชื่อมโยงการค้าไทย-เมียนมาร์อย่างยั่งยืน
43. จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าภาคเหนือตอนบน ไทย-เมียนมาร์ (Road Show/ Business Matching)
44. โครงการศึกษาความเป็นไปได้และแผนธุรกิจในการสร้างศูนย์กระจายสินค้าฮาลาล (Feasibility study and business plan)
45. โครงการขับเคลื่อนศูนย์กระจายสินค้าทุ่งสงได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลจากนานาชาติ
46. โครงการศึกษาโครงข่ายโลจิสติกส์และการจัดการความเสี่ยงของสินค้าจากนครศรีธรรมราช

ทั้งนี้รายละเอียดโครงการของแต่ละจังหวัด สามารถดูรายละเอียดได้ในบทที่ 3 ของรายงานที่แยกรายละเอียดตามจังหวัด

ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านการท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ	จังหวัด
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ/ธรรมชาติ (26 จังหวัด)	เลย หนองบัวลำภู อุดรธานี ตาก พิษณุโลก เพชรบูรณ์ ตรัง พังงา ภูเก็ต ชุมพร สุราษฎร์ธานี สระบุรี ระยอง แพร่ จันทบุรี น่าน ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร สระแก้ว ตราด พะเยา สตูล นครนายก ปราจีนบุรี
ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม (27 จังหวัด)	หนองคาย บึงกาฬ นครพนม สกลนคร สุโขทัย กำแพงเพชร นครสวรรค์ พิจิตร ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา กาฬสินธุ์ ขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด นครปฐม ปัตตานี ยะลา สงขลา สมุทรปราการ นนทบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง แม่ฮ่องสอน ยโสธร ศรีสะเกษ, อุบลราชธานี สุพรรณบุรี
ท่องเที่ยวชุมชน (3 จังหวัด)	มุกดาหาร ราชบุรี ชัยนาท
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (4 จังหวัด)	ระนอง ลำปาง เชียงใหม่ เชียงราย
อื่น ๆ (10 จังหวัด)	1) ท่องเที่ยวเชิงเกษตร อุทัยธานี 2) ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กระบี่ พัทลุง ลำพูน อำนาจเจริญ 3) ท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล ชลบุรี 4) ท่องเที่ยวแบบบูรณาการ กาญจนบุรี ลพบุรี 5) ท่องเที่ยวระหว่างประเทศ นราธิวาส 6) ทรัพยากรธรรมชาติ ป่าไม้ น่าน

จากการวิเคราะห์ช่องว่างเพื่อการพัฒนาตามกรอบแนวคิดห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ของผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านการท่องเที่ยว สามารถสรุปภาพรวมจากทุกจังหวัด พร้อมตัวอย่างโครงการได้ 3 รูปแบบการท่องเที่ยวดังนี้

แผนภาพที่ 4-8: ห่วงโซ่มูลค่าผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ธรรมชาติ ภูเขา ป่าไม้ และทะเล)

หมายเหตุ: ☒ ความถี่ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างจากการนับสะสมรวมทุกจังหวัด

<u>ปัจจัยสู่ความสำเร็จ</u> ที่มีความถี่สูงเป็นที่น่าสังเกต

จากช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่แต่ละจังหวัดได้เลือกนั้น ได้ระดมความคิดเห็นเพื่อลดช่องว่างของปัจจัยสู่ความสำเร็จต่าง ๆ โดยสรุปโครงการ ดังนี้

1. โครงการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. โครงการศึกษาศักยภาพเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรมจังหวัดเลย
3. โครงการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว
4. โครงการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดหนองบัวลำภูอย่างมีทิศทางและยั่งยืน
5. โครงการพัฒนาเครือข่ายในการท่องเที่ยว
6. โครงการหนองบัวลำภูปลอดภัยทุกวัน
7. กินข้าวบนภู ดูดาวบนดิน นอนถิ่นธรรมะ
8. โครงการการประเมินศักยภาพและความพร้อมของทะเลบัวแดงในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

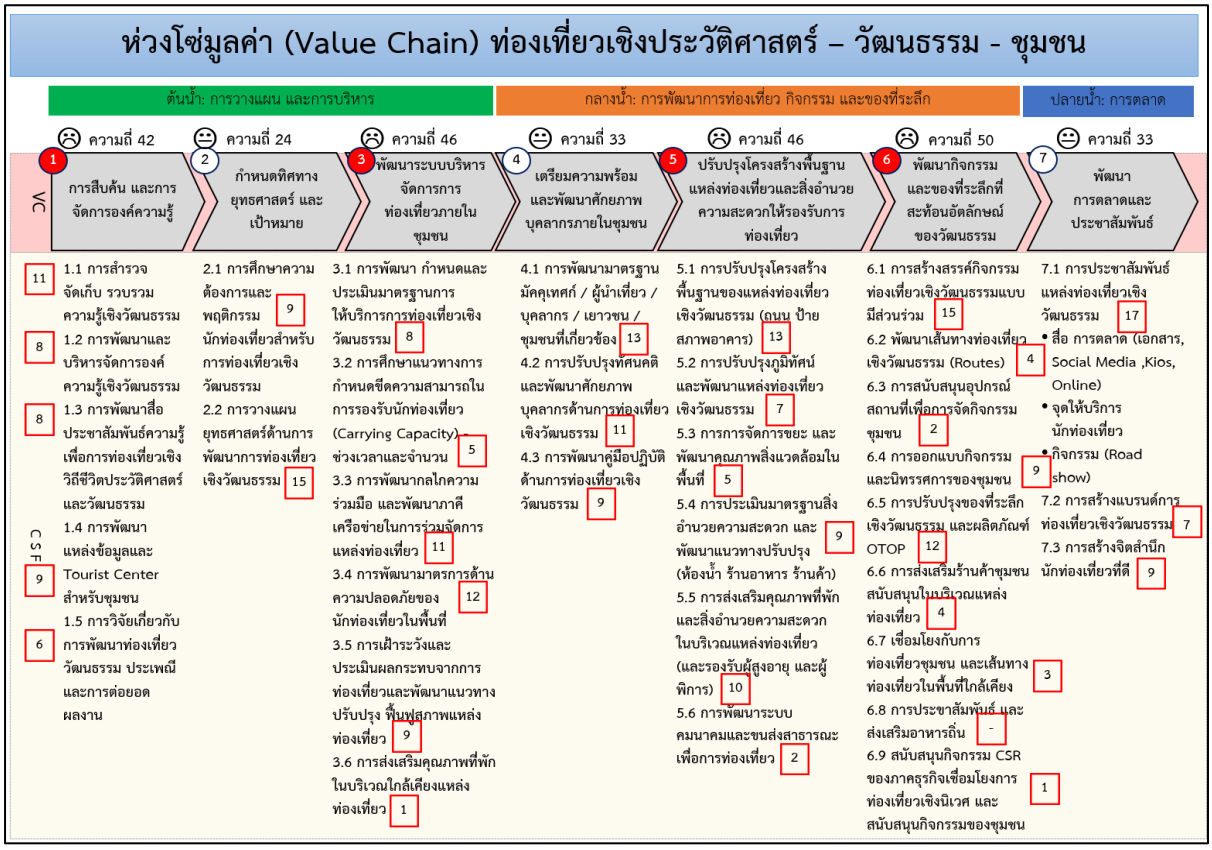
9. โครงการพัฒนากลไกความร่วมมือและภาคีเครือข่ายในการร่วมบริหารจัดการทะเลบัวแดง
10. โครงการสร้างสรรค์กิจกรรมและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
11. โครงการพัฒนาสินค้าเอกลักษณ์ทะเลบัวแดง
12. โครงการฝึกอบรมมัคคุเทศก์เพื่อการอาชีพ
13. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดตาก
14. โครงการศึกษาและประเมินศักยภาพความพร้อมของทรัพยากรการท่องเที่ยว ของอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
15. โครงการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เป้าหมายในชุมชนผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว
16. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยว
17. โครงการพัฒนาธุรกิจดิจิทัลสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Digital Business For Tourism)
18. โครงการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจังหวัดเพชรบูรณ์
19. โครงการปรับปรุงก่อสร้างภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวและเพิ่ม Landmark เพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์
20. โครงการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
21. โครงการศึกษาแนวทางการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity)
22. โครงการประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุง ฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว
23. โครงการพัฒนาคู่มือปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จ.ตรัง
24. โครงการจัดทำป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยว จ.ตรัง
25. โครงการปรับปรุงของฝาก ของที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์ ของแหล่งท่องเที่ยว
26. Phang Nga Landmark @Khao Lak
27. โครงการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
28. โครงการการส่งเสริมภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว
29. โครงการศึกษาวิจัยเพื่อประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทางปรับปรุง ฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยว
30. โครงการส่งเสริมศักยภาพบุคลาการด้านการท่องเที่ยว และพัฒนาคู่มือการทำงานด้านการท่องเที่ยว
31. โครงการพัฒนาแผนงานด้านคมนาคมเพื่อการท่องเที่ยว
32. โครงการสร้างจิตสำนึกนักท่องเที่ยวที่ดี
33. โครงการสัมมนาผู้ประกอบการการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร
34. โครงการการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและพัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวให้เป็นมาตรฐานในจังหวัดชุมพร
35. โครงการ ส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการบูรณาการเป็นกิจกรรมเชิงกีฬา

36. โครงการพัฒนาของที่ระลึกของแหล่งท่องเที่ยว
37. ปลูกจิตสำนึกการรักษาสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวชายฝั่งทะเล
38. "การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว (แผนพัฒนาจังหวัด)"
39. กลไกความร่วมมือในการร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยว
40. การพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์ / ผู้นำเที่ยว / บุคลากรที่เกี่ยวข้องในธุรกิจการท่องเที่ยว
41. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดให้ได้มาตรฐานสากล (แผนพัฒนาจังหวัด)
42. โครงการมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี
43. โครงการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) นักท่องเที่ยว ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี
44. โครงการศึกษาวิจัยและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด
45. โครงการฝึกอบรมอาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยว
46. โครงการการพัฒนาคู่มือการปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยว
47. โครงการยกระดับการท่องเที่ยวจังหวัดระยองสู่สากล
48. การวางแผนยุทธศาสตร์ท่องเที่ยว
49. จัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี
50. ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (วิ่ง ว่าย พาย ปั่น @จันทบุรี)
51. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่เกษตรแปลงใหญ่
52. พัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์น่านให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน
53. โครงการ “ขึ้นเขา ไหว้พระ ชมทะเล”
54. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
55. การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี
56. การจัดระเบียบการให้บริการท่องเที่ยวเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
57. การพัฒนามาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยว
58. การศึกษาความเป็นไปได้ในการบริหารจัดการน้ำในเขื่อนแก่งกระจานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวและการเกษตร
59. การพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว
60. การพัฒนาสัญลักษณ์ในพื้นที่ (Landmark)
61. การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างบรรยากาศต้อนรับนักท่องเที่ยว
62. การพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยว
63. การพัฒนาของที่ระลึกเมืองเพชรบุรี
64. การพัฒนาอาหารพื้นถิ่นจังหวัดเพชรบุรี
65. การพัฒนาแอพพลิเคชั่นการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

66. พัฒนาวิทยากรนำเที่ยวชุมชน
67. พัฒนา application เพื่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
68. โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน “อารยสถาปัตย์” เชิงนิเวศเพื่อคนพิการและผู้สูงอายุ
69. สมุทรสาคร สุขสัมผัสได้ใน 1 วัน
70. สำรวจและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวใหม่
71. ปรับปรุงการจัดทำปฏิทินและเส้นทางการท่องเที่ยวตามฤดูกาล
72. ปั่นจักรยานและวิ่งบนเส้นทางตามรอยพ่อ
73. ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว
74. โครงการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ใน 3 มิติ (แหล่งท่องเที่ยง ความพร้อมชุมชน และ คน)
75. โครงการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จากเวียดนาม และ กัมพูชาสำหรับการท่องเที่ยวธรรมชาติ R10 Road of Paradise และ เส้นทางทางทะเล ภาคตะวันออก
76. โครงการตรวจสอบธรรมาภิบาลด้านความปลอดภัยและการวางแผนป้องกันภัยพิบัติจากการท่องเที่ยว จ.ตราด
77. โครงการ Trad Tourism Academy
78. โครงการปรับปรุง Application จ.ตราด
79. โครงการศึกษาปรับปรุงสถาปัตยกรรม จังหวัดตราด
80. โครงการศึกษาและพัฒนา Roadmap การจัดไตรกีฬาระดับชาติ ของจังหวัดตราด (สนามระดับโลก)
81. โครงการศึกษา และ สร้างแบรนด์ การท่องเที่ยว จ.ตราด
82. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชน บ้านปงใหม่ อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา
83. โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและระบบบริหารจัดการจังหวัดสตูลและอุทยานสตูลสู่อุทยานธรณีโลก
84. โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว
85. การกำหนดโซนและบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด
86. โครงการ ศึกษาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานอย่างบูรณาการ

ทั้งนี้รายละเอียดโครงการของแต่ละจังหวัด สามารถดูรายละเอียดได้ในบทที่ 3 ของรายงานที่แยกรายละเอียดตามจังหวัด

แผนภาพที่ 4-9: ห่วงโซ่มูลค่าผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ – วัฒนธรรม - ชุมชน



หมายเหตุ: ☒ ความถี่ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างจากการนับสะสมรวมทุกจังหวัด

<u>ปัจจัยสู่ความสำเร็จ</u> ที่มีความถี่สูงเป็นที่น่าสังเกต

จากช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่แต่ละจังหวัดได้เลือกนั้น ได้ระดมความคิดเห็นเพื่อลดช่องว่างของปัจจัยสู่ความสำเร็จต่าง ๆ โดยสรุปโครงการ ดังนี้

1. พัฒนาระบบฐานข้อมูลมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม
2. โครงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม จังหวัดหนองคาย
3. อบรมมัคคุเทศก์ และอาสาสมัครแนะนำแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดหนองคาย
4. การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวหนองคาย
5. โครงการยกระดับและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบบูรณาการ
6. โครงการศึกษาดูงานเกี่ยวกับวัฒนธรรม สาธารณรัฐประชาชนลาว
7. โครงการสร้างความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว
8. โครงการพัฒนาและร่วมมือ
9. โครงการพัฒนามาตรการสร้างความปลอดภัยนักท่องเที่ยวในพื้นที่

10. โครงการประเมินผลกระทบ พัฒนาและปรับปรุงฟื้นฟู แหล่งท่องเที่ยว
11. โครงการสร้างเสริมความรู้และพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์
12. โครงการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพ
13. โครงการสร้างศักยภาพผู้ประกอบการ
14. โครงการการสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว
15. โครงการพัฒนาภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
16. โครงการบริหารจัดการขยะและพัฒนาสิ่งแวดล้อมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว
17. โครงการส่งเสริมคุณภาพที่พักบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว
18. โครงการโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง
19. โครงการสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง
20. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์จังหวัดบึงกาฬ
21. โครงการส่งเสริมสนับสนุนประเพณีพื้นบ้านเชิงท่องเที่ยว
22. โครงการการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
23. โครงการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว
24. โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมลุ่มน้ำโขง
25. โครงการการพัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์และผู้นำชุมชน
26. โครงการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครพนม
27. โครงการสร้างการรับรู้ และพัฒนามาตรฐานด้านการบริการท่องเที่ยว
28. โครงการจัดทำแผนพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ จ.สกลนคร
29. โครงการพัฒนาแหล่งข้อมูลและ Tourist Center
30. โครงการพัฒนาคู่มือการปฏิบัติด้านการท่องเที่ยว
31. โครงการพัฒนาระบบขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์สุโขทัย
32. โครงการพัฒนาจุดท่องเที่ยว (Landmark) เพื่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์สุโขทัย
33. โครงการพัฒนากิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวค้างคืน (Long stay)
34. จัดตั้งศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร
35. Application เดียว เที่ยวกำแพงเพชร
36. ปรับปรุงข้อมูลคู่มือปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์
37. โครงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร
38. สร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ จังหวัดกำแพงเพชร
39. โครงการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
40. โครงการจัดเก็บองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม
41. โครงการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดนครสวรรค์

42. โครงการศึกษาการจัดการขีดความสามารถ ในการรองรับนักท่องเที่ยวในช่วงงานตรุษจีน
43. โครงการเฝ้าระวังผลกระทบจากการท่องเที่ยวและพัฒนาแนวทาง ปรับปรุง ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว
44. โครงการพัฒนาชุมชนรองรับการท่องเที่ยว
45. โครงการ App นครสวรรค์
46. โครงการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่ (Augmented Reality – AR)
47. โครงการพัฒนาศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว (Tourist Center)
48. โครงการพัฒนามาตรฐานการบริการทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดพิจิตร
49. โครงการสร้างการรับรู้ และปรับปรุงทางด้านจิตสำนึกที่ดีด้านการท่องเที่ยวจังหวัดพิจิตร
50. จัดตั้งศูนย์บริการท่องเที่ยวประตูน้ำจุฬาลงกรณ์
51. รถรางเชื่อมจุดท่องเที่ยวประตูน้ำจุฬาลงกรณ์
52. สร้างจุดแบ่งเขต และสัญลักษณ์ของปทุมธานี
53. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและประเพณีที่สำคัญและประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก
54. โครงการพัฒนาความพร้อมของการท่องเที่ยว
55. โครงการพัฒนาความเชื่อมโยงท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์มรดกโลกกับชุมชน
56. โครงการประเมินศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดกาฬสินธุ์
57. โครงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไดโนเสาร์และ ซากดึกดำบรรพ์
58. โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการบริหารจัดการ
59. โครงการสร้างมาตรการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง
60. โครงการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์ และพื้นที่เชื่อมโยง
61. โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวไดโนเสาร์และ พื้นที่เชื่อมโยง
62. โครงการพัฒนาสัญลักษณ์ (Landmark) ในพื้นที่
63. โครงการส่งเสริมธุรกิจสนับสนุนการท่องเที่ยวที่ได้ มาตรฐานแหล่งไดโนเสาร์และพื้นที่เชื่อมโยง
64. โครงการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไดโนเสาร์และ พื้นที่เชื่อมโยง
65. โครงการการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวไดโนเสาร์ กาฬสินธุ์
66. การทบทวน การประเมิน วางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น
67. ส่งเสริมผู้ประกอบการทำการปรับปรุงพื้นที่ให้บริการ
68. ปรับปรุงป้าย แหล่งท่องเที่ยว
69. การทำระบบสารสนเทศการท่องเที่ยว Online เพื่อให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว
70. ส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยว
71. ประเมินความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว
72. พัฒนามาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัด

73. ประเมินผลกระทบและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่ชุมชน
74. พัฒนาคู่มือการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ของแหล่งท่องเที่ยว
75. ศึกษาพัฒนา Landmark ของจังหวัดมหาสารคาม
76. โครงการการจัดการองค์ความรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ
77. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแห่งสาเกตุนคร
78. โครงการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด
79. พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบครบวงจร
80. การพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวแบบประชารัฐ
81. การเป็นเจ้าบ้านที่ดี
82. เที่ยวสบายสบายสไตล์นครปฐม
83. พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบครบวงจร
84. โครงการตลาดน้ำปัตตานี
85. โครงการประชาสัมพันธ์จังหวัดปัตตานี
86. พัฒนาการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรม
87. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรม
88. โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสงขลา
89. โครงการสำรวจและจัดทำฐานข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรปราการ
90. โครงการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและออกแบบกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรปราการ
91. เตรียมความพร้อมแหล่งท่องเที่ยว
92. การจัดการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวทั้งจากอาชญากรรมและความปลอดภัยจากการเดินทาง
93. อบรมมัคคุเทศก์และบุคลากรด้านการท่องเที่ยว
94. จัดทำคูมือการปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยว
95. ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวนนทบุรี
96. จัดกิจกรรมปั่นจักรยาน เดิน วิ่ง ที่เกาะเกร็ด และสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์
97. โครงการศึกษาความเป็นไปได้ของการท่องเที่ยวทางเรือเชื่อมโยงสี่ตลาด
98. โครงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว
99. โครงการศึกษาและพัฒนาสินค้าอัตลักษณ์ 8 แห่ง
100. โครงการชิม ช็อป แชะ แชร์ ที่นี่สิงห์บุรี
101. โครงการ สิงห์บุรี Festival
102. โครงการ เที่ยวสิงห์บุรีให้ครบ9 วัดไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ2แห่ง จบแล้วได้ลาภทันที

103. โครงการปรับปรุงระบบขนส่งสาธารณะในจังหวัดสิงห์บุรี (โครงการระยะยาว)
104. DATA Center Tourist
105. การจัดการท่องเที่ยวด้วยสมาคมผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดอ่างทอง
106. สร้างมัคคุเทศก์ผู้สูงวัย
107. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์
108. สร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์จังหวัดอ่างทอง
109. การจัดทำฐานข้อมูลการท่องเที่ยว จ.แม่ฮ่องสอน
110. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว
111. จัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอน
112. จัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวฯ ตามกลุ่มเป้าหมาย
113. พัฒนาหมู่บ้านอัตลักษณ์หัตถกรรมหมู่บ้านอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ และหมู่บ้านประชารัฐ
114. พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน
115. สร้างความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว
116. พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว
117. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว
118. ปรับปรุงภูมิทัศน์ชุมชนแหล่งท่องเที่ยว/ขยะ/Internet
119. พัฒนาของที่ระลึกฯ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและบรรจุภัณฑ์
120. ส่งเสริมประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น
121. เจ้าบ้านที่ดีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว
122. ส่งเสริมการขายสู่สากล
123. เชื่อมโยงกิจกรรมงานประเพณีผ่านกลุ่มจังหวัด
124. พัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงวัฒนาธรรมเป็นสินค้า OTOP
125. การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
126. จัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
127. การค้นหาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนสินค้า OTOP
128. พัฒนาศักยภาพแรงงานรองรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
129. โครงการส่งเสริมความร่วมมือชุมชน
130. พัฒนาทักษะการใช้ภาษาของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยว
131. พัฒนาสื่อดิจิทัล เพื่อประชาสัมพันธ์ OTOP และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุบลราชธานี
132. การจัดเก็บ ปรับปรุง จัดทำข้อมูล Story Telling และรวบรวมความรู้เชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมจากปราชญ์ท้องถิ่น และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และบูรณาการข้อมูลร่วมกัน

133. การพัฒนาและบริหารจัดการองค์ความรู้เชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และจัดทำเป็นศูนย์ข้อมูลกลางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด
134. การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
135. น้อมนำศาสตร์พระราชา เพื่อการบริหารจัดการชุมชนรองรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
136. การพัฒนาบุคลากรและผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสู่สากล และสร้างจิตสำนึกการเป็นเจ้าบ้านที่ดี
137. การพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว
138. การจัดการขยะ มลพิษ และพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่
139. การสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม (การแสดงของท้องถิ่น) และจัดทำเป็นปฏิทินแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดและเชื่อมโยงระหว่างจังหวัด
140. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน
141. การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมทุกรูปแบบทั้งในประเทศและต่างประเทศ
142. โครงการพัฒนาศูนย์บริการด้านการท่องเที่ยว (Tourist Center)
143. โครงการศึกษา และจัดทำยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดมุกดาหาร
144. โครงการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการท่องเที่ยว
145. โครงการพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวเมืองมุกดาหาร
146. โครงการพัฒนาสินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน
147. โครงการพัฒนา แบรนด์ท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดมุกดาหาร
148. โครงการพัฒนาการจัดเก็บข้อมูลองค์ความรู้ชุมชน
149. โครงการพัฒนาแนวทางปฏิบัติงานในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัด
150. โครงการจัดทำแผนบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวระดับชุมชนแบบมีส่วนร่วม
151. โครงการบูรณะและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเสื่อมโทรม
152. โครงการศึกษาวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยว และจัดทำแผนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของราชบุรี
153. โครงการปั่นจักรยานทัวร์ริ่งไบค์ เชื่อมโยงการท่องเที่ยววิถีชุมชน 3 ฤดู
154. โครงการ ชัยนาท เมืองปั่นจักรยานท้าทาย

ทั้งนี้รายละเอียดโครงการของแต่ละจังหวัด สามารถดูรายละเอียดได้ในบทที่ 3 ของรายงานที่แยกรายละเอียดตามจังหวัด

แผนภาพที่ 4-10: ห่วงโซ่มูลค่าผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion: PC) ด้านท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ – วัฒนธรรม - ชุมชน

หมายเหตุ: ☒ ความถี่ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เป็นช่องว่างจากการนับสะสมรวมทุกจังหวัด

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ ที่มีความถี่สูงเป็นที่น่าสังเกต

จากช่องว่างปัจจัยสู่ความสำเร็จที่แต่ละจังหวัดได้เลือกนั้น ได้ระดมความคิดเห็นเพื่อลดช่องว่างของปัจจัยสู่ความสำเร็จต่าง ๆ โดยสรุปโครงการ ดังนี้

1. โครงการเตรียมความพร้อมและพัฒนากิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและอาหารปลอดภัยจังหวัดระนอง
2. โครงการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและอาหารปลอดภัยจังหวัดระนอง
3. โครงการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวจากน้ำพุร้อนแจ้ซ้อนสู่แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนใกล้เคียง
4. โครงการการสร้างแบรนด์โดยการจัดทำแพคเกจการท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
5. โครงการพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
6. โครงการ ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัดเชียงใหม่สู่ความเป็นสุดยอดล้านนา

7. โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สปาและเส้นทางท่องเที่ยวน้ำพุร้อนเชียงใหม่
8. แผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย
9. โครงการสร้างมาตรฐานน้ำพุร้อน เพื่อนำไปใช้ในการบริการในธุรกิจสปาและโรงแรม
10. มหัศจรรย์เชียงของ : วิถีลีลา ปลาบึก
11. เชียงรายเมืองศิลปะ
12. โครงปรับปรุงพัฒนาพื้นที่เฉพาะโดยรอบบริเวณหนองหลวง

ทั้งนี้รายละเอียดโครงการของแต่ละจังหวัด สามารถดูรายละเอียดได้ในบทที่ 3 ของรายงานที่แยกรายละเอียดตามจังหวัด

สิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนและบริหารยุทธศาสตร์ของจังหวัดนั้น นอกจากที่ผู้บริหาร ส่วนราชการ และหัวหน้าส่วนงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องเข้าใจสภาพ บริบท ความต้องการในพื้นที่ พร้อมกับมีทักษะการบริหารจัดการ และการสื่อสารที่ดีแล้วนั้น สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่ขาดไม่ได้คือความเข้าใจในหลักการ แนวทาง และกระบวนการของการบริหารยุทธศาสตร์ ทั้งในมิติเชิงทฤษฎีและแนวทางการนำมาปรับใช้ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของพื้นที่ ในส่วนนี้ คณะที่ปรึกษาจึงขอเสนอข้อเสนอแนะในการบริหารยุทธศาสตร์ และการบูรณาการจากการทำงานนี้ เป็นการประมวลแนวทางการแก้ไขสำคัญ และข้อเสนอแนะเพื่อลดข้อจำกัดในการปฏิบัติงานในพื้นที่ ดังนี้

4.2 ข้อเสนอเกี่ยวกับแปลงแผนสู่การขับเคลื่อนนโยบายประเทศไทย 4.0 แบบบูรณาการ

1) ประเมินความต้องการของประชาชนในพื้นที่

ในการขับเคลื่อนและบริหารยุทธศาสตร์ในแต่ละด้านนั้น แม้ว่าจังหวัด และส่วนราชการที่เกี่ยวข้องผลักดันให้เกิดประโยชน์ในพื้นที่จนประสบความสำเร็จมาก็ตาม แต่ผู้ที่มีส่วนสำคัญอีกกลุ่มหนึ่งคือประชาชนในพื้นที่ หากประชาชนในพื้นที่ไม่ต้องการ หรือการขับเคลื่อนดังกล่าวไม่ตอบสนองต่อปัญหาในพื้นที่ ก็อาจทำให้ความพยายามที่ทำมานั้นสูญเปล่าได้

ดังนั้น ในการพัฒนาแนวทางการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ ควรจะต้องมีกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อสอบถามถึงความต้องการ และปัญหาในพื้นที่กับประชาชนในพื้นที่ด้วย เพื่อที่ให้แน่ใจได้ว่ากรอบห่วงโซ่มูลค่าและปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีนั้นครอบคลุมประเด็นสำคัญทั้งหมด ในขณะเดียวกัน ในการกำหนดแนวทางโครงการ ก็อาจต้องมีการหารือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องด้วยเช่นกัน เพื่อให้แน่ใจได้ว่าแนวทางโครงการที่จะดำเนินการนั้นตรงกับความต้องการของพื้นที่อย่างแท้จริง

2) การบูรณาการทำงานผ่านการสร้างการรับรู้ ทำความเข้าใจ และส่งเสริมการทำความตกลงในการบริหารจัดการกับส่วนราชการ หรือท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง

ในการขับเคลื่อนหรือบริหารยุทธศาสตร์หนึ่งๆนั้น มักจะมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก และพบว่าการประสานงานหรือการบูรณาการระหว่างหน่วยงานภายในจังหวัดนั้นอาจยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ทำให้บางโครงการที่จังหวัดต้องการจะผลักดัน แต่กลับไม่ได้รับความร่วมมือจากภาคส่วนอื่นๆ ทำให้เกิดปัญหาในการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังพบปัญหาจากการถ่ายโอนงานไปแล้วกลับถูกทิ้งร้างมากมายเนื่องจากผู้รับโอนงานขาดบุคลากรที่เข้าใจในการดูแล หรือจำนวนบุคลากรไม่เพียงพอในการทำงาน หรือขาดงบประมาณในการดูแลต่อ ซึ่งมีตัวอย่างที่เกิดขึ้นในอดีต อาทิ การที่มีการสร้างโรงฆ่าสัตว์แล้ว ไม่มีหน่วยงานมาดูแล การสร้างอ่างเก็บน้ำ และท้องถิ่นไม่สามารถมาดูแลหรือจัดการได้ หรือแม้กระทั่งห้องน้ำที่ถูกทิ้งร้าง เพราะไม่รับรู้ว่าใครควรจะต้องมาดูแลหรือบริหารจัดการ เป็นต้น

ดังนั้น ในการขับเคลื่อนงานทั้งหมด ทุกภาคส่วนในจังหวัดควรจะต้องได้การรับรู้ มีกระบวนการสร้างความเข้าใจและมีส่วนร่วมตามบทบาทภารกิจของตนเองด้วย โดยแต่ละภาคส่วนที่เกี่ยวข้องนั้นจะต้องมีการเตรียมการทั้งในเรื่องของบุคลากร แผนงาน ทรัพยากร หรือแม้กระทั่งการพัฒนาเครือข่ายในพื้นที่ ที่จะมารองรับการบริหารจัดการโครงการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป

ทั้งนี้ แม้ว่าส่วนราชการในจังหวัดจะมีการหารือและสร้างความเข้าใจในเรื่องของภารกิจการดูแลต่อแล้วนั้น แต่ด้วยข้อจำกัดทางระเบียบกลับทำให้ไม่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่ ส่งผลให้เกิดความล่าช้า หรือในบางกรณีก็ทำให้ท้องถิ่นไม่สามารถเข้าไปบริหารจัดการต่อได้เลย และในขณะเดียวกัน เพื่อแก้ไขข้อจำกัดดังกล่าว ส่วนราชการในจังหวัดอาจจะต้องมีการรวบรวมข้อมูล ประเด็นปัญหา และอุปสรรคเหล่านี้ พร้อมกับนำเสนอให้คณะกรรมการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับรู้เพื่อหาทางแก้ไขเชิงนโยบาย และเชิงกฎระเบียบต่อไป

3) การทบทวนการบริหารงบประมาณของพื้นที่

ระเบียบและแนวทางการบริหารงบประมาณตั้งแต่กระบวนการของบประมาณ ไปจนถึงแนวทางการตรวจสอบนั้น นับว่าเป็นข้อจำกัดสำคัญในการขับเคลื่อนโครงการ และบริหารยุทธศาสตร์ในพื้นที่ นอกจากที่จะทำให้เกิดความล่าช้า และขาดความคล่องตัวในการทำงานแล้ว บางหน่วยงานยังเลือกที่จะหลีกเลี่ยงการดำเนินโครงการบางประเภทเพื่อป้องกันความเสี่ยงของตนเองจากการปฏิบัติงานที่อาจเกิดขึ้นตามมาได้ ซึ่งท้ายที่สุดแล้ว อาจส่งผลต่อการขับเคลื่อนและการยกระดับการทำงานของพื้นที่ในภาพรวมได้

ทั้งนี้เนื่องจากข้อจำกัดดังกล่าว อาจเกิดมาจากข้อจำกัดทางกฎระเบียบ กระบวนการ และโครงสร้างการทำงาน ซึ่งไม่สามารถแก้เพียงประเด็นใดประเด็นหนึ่งได้ แต่ต้องอาศัยการทบทวนทั้งระบบ หน่วยงานในพื้นที่ทั้งหมดจึงควรมีการรวบรวมประเด็นอุปสรรคและข้อจำกัดที่พบในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของการบริหารงบประมาณเหล่านี้ พร้อมกับจัดส่งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจากส่วนกลางเพื่อที่จะได้สามารถสะท้อนให้คณะกรรมการที่กำกับดูแลนโยบายการพัฒนาพื้นที่ ผู้บริหารหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงบประมาณทั้งระบบ รวมถึงรัฐบาลได้รับทราบถึงข้อจำกัด พร้อมหาทางแก้ไขข้อจำกัดเหล่านี้ร่วมกันทั้งระบบต่อไป

4) การกระจายอำนาจการใช้อนุญาตพื้นที่

ตามระเบียบนั้น การดำเนินงานในบางพื้นที่ในจังหวัดนั้น จะต้องได้รับการอนุมัติจากหน่วยงานส่วนกลางก่อนเท่านั้น ซึ่งระเบียบนี้เองก็ได้กลายเป็นอีกหนึ่งข้อจำกัดในการปฏิบัติงานในพื้นที่ เนื่องจากกระบวนการการขออนุญาตที่ต้องใช้เวลานาน ก่อให้เกิดความล่าช้าในการดำเนินงาน จนในบางครั้งทำให้ไม่สามารถช่วยเหลือประชาชนหรือแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในพื้นที่ได้ทันท่วงที แต่หากไม่ดำเนินการตามขั้นตอนดังกล่าวนี้ ก็อาจกลายเป็นความผิดในการปฏิบัติงานได้เช่นกัน

ดังนั้น จึงมีแนวคิดของการกระจายอำนาจการขออนุญาตการใช้พื้นที่บางพื้นที่ในจังหวัดขึ้น โดยอาจให้เป็นอำนาจของผู้ว่าราชการจังหวัด หรือคณะกรรมการที่แต่งตั้งขึ้นมา (อาจประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานส่วนกลางที่เกี่ยวข้อง และผู้แทนจากส่วนงานที่อยู่ในภูมิภาค) เพื่อร่วมกันพิจารณาการอนุมัติการขอใช้พื้นที่ในจังหวัดขึ้นมา เพื่อสร้างความคล่องตัวในเรื่องของการดำเนินงานในพื้นที่ให้เกิดขึ้น

5) การพัฒนาคู่มือการบริหารยุทธศาสตร์

เพื่อให้ผู้บริหาร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่มีความเข้าใจถึงกระบวนการ รูปแบบ และแนวทางการบริหารยุทธศาสตร์ที่ถูกต้อง และเหมาะสม โดยการพัฒนาสื่อคู่มือนี้ควรจะเป็นการพัฒนาในรูปแบบที่เข้าถึงง่าย สะดวกรวดเร็วในการใช้ และเข้าถึงได้ในวงกว้าง โดยเนื้อหาคู่มือ ควรประกอบด้วย

- หลักการในภาพรวมแล้ว
- ข้อมูลโครงสร้าง บทบาทหน้าที่ และความเชื่อมโยงของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่
- กฎระเบียบ และประกาศ / ข่าวสารที่เกี่ยวข้องด้วย
- ประเด็น (Forum) ที่สามารถให้ผู้ใช้ตั้งประเด็นคำถาม หรือแสดงปัญหา โดยให้ผู้ที่เข้าถึงระบบอื่น ๆ สามารถเข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็น หรือช่วยนำเสนอแนวทางการแก้ปัญหาเพิ่มเติมได้

บทที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อการดำเนินงานต่อไป

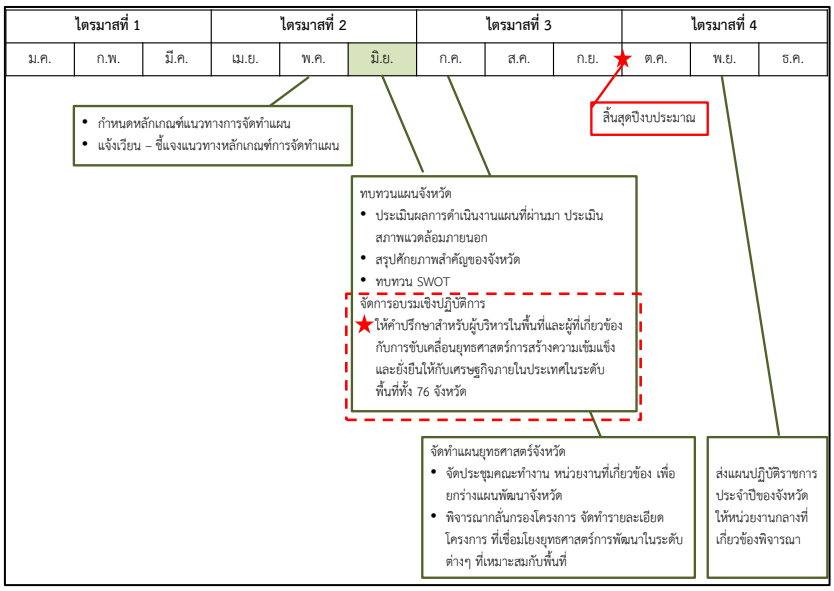
จากการดำเนินงานโครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านจังหวัดและกลุ่มจังหวัด โดยการฝึกอบรมหลักสูตร และให้คำปรึกษาสำหรับผู้บริหารในพื้นที่และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศในระดับพื้นที่ทั้ง 76 จังหวัดนี้มีสรุปผลจากการดำเนินกิจกรรมโครงการฝึกอบรมสรุปตามแบบสอบถามพิจารณาตามข้อมีความคิดเห็นเพื่อการดำเนินงานต่อไป ดังนี้

<u>ด้านหลักสูตรการอบรม</u>

1) กำหนดหลักสูตรรูปแบบนี้เป็นกิจกรรมหนึ่งในปฏิทินการทำแผนพัฒนาจังหวัด

ผู้เข้ารับการอบรม เห็นประโยชน์ของการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดที่สอดคล้องตามศักยภาพพื้นฐานของจังหวัด และการร่วมระดมความคิดเห็นเพื่อระบุช่องว่างของการพัฒนาในผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion) หรือ ประเด็นเร่งด่วนที่ต้องแก้ไข (Critical Issue) ของจังหวัด โดยความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำหมด จะทำให้เกิดการทำงานแบบบูรณาการ ลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน ได้รับฟังประโยชน์ร่วมแก้ไขข้อจำกัดของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง จนได้ออกมาเป็นโครงการที่มีหน่วยงานหลักรับผิดชอบ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมรับผิดชอบในส่วนงานตามบทบาทภาระกิจ จึงควรจัดให้มีกิจกรรมเช่นนี้เป็นประจำทุกปี และต่อเนื่อง อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ประมาณไตรมาสที่ 2 เพื่อจะได้มีเวลาในการอบรมและเขียนแผนงาน/โครงการและนำไปสู่การจัดแผน/โครงการแบบบูรณาการที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องในการกำหนดปฏิทินการการทำแผนพัฒนาจังหวัดควรบรรจุเป็นกิจกรรมในปฏิทิน พร้อมจัดสรรบุคลากรผู้เชี่ยวชาญ และงบประมาณ เพื่อการดำเนินงานที่เป็นมาตรฐานเดี่ยวกันทั้งประเทศ

แผนภาพที่ 5-1: ปฏิทินการจัดทำแผนจังหวัด รวมกิจกรรมการฝึกอบรม



2) จัดการสัมมนาการอบรมในพื้นที่ของส่วนภูมิภาค เพื่อให้เจ้าหน้าที่ได้มีส่วนร่วมมากขึ้น และควรเชิญหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ครบถ้วน

แผนพัฒนาจังหวัดเป็นแนวทางในการพัฒนาจังหวัดแบบองค์รวมที่ครอบคลุมทุกมิติในด้านเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและความมั่นคง เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต สร้างโอกาสและอาชีพให้สนองต่อความต้องการของประชาชนในจังหวัด โดยต้องแสดงวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย กลยุทธ์และแนวทางหรือมาตรการการพัฒนาให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล ทิศทางการพัฒนาประเทศศักยภาพของพื้นที่ และปัญหาความต้องการของประชาชน นั่นคือเป็นแผนยุทธศาสตร์ที่เกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาหรือทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาโดยการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ระดมความคิดเห็นร่วมกัน เพื่อให้ได้จุดมุ่งหมายในการพัฒนา วิธีดำเนินการเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมาย โดยนำเอาแนวความคิดการพัฒนาแบบองค์รวม และการบูรณาการเป็นกรอบแนวทางดำเนินการตั้งแต่ขั้นการวางแผนกลยุทธ์จนถึงขั้นการวางแผนปฏิบัติการ ดังนั้น หากมีการกำหนดชี้แจงหลักเกณฑ์แนวทางการจัดทำ ตลอดจนการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการนั้น จึงควรจัดสัมมนาการอบรมในพื้นที่ของส่วนภูมิภาคนั้น ๆ เพื่อความสะดวกสบายในการเดินทาง และเปิดโอกาสให้เจ้าหน้าที่ได้มีส่วนร่วมมากขึ้น และควรเชิญหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ครบถ้วน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนยิ่งขึ้นนำไปสู่แนวคิดโครงการที่ตอบสนองพื้นที่ได้อย่างครบถ้วน หน่วยงานต่างๆ เช่น กรมการข้าว กรมวิชาการเกษตร สำนักงบประมาณ สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ภาคประชาชน ประชารัฐ ที่เป็นตัวแทนกลุ่มปฏิบัติ เป็นกลุ่มที่ถนัดแต่ละด้านที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีตารางตัวอย่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการเกษตร และด้านท่องเที่ยวแสดงดังนี้

ตารางที่ 5-1: หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนบูรณาการการทำงานในพื้นที่ที่เกิดผลในทางปฏิบัติ ด้านการเกษตร

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ / หน่วยงาน	การเพาะปลูก			การเลี้ยงสัตว์	การประมง
	ข้าว	ยางพารา	ปาล์มฯ		
ส่วนราชการภูมิภาค (ระดับพื้นที่จังหวัด)					
1. กรมส่งเสริมการเกษตร – สำนักงานเกษตรจังหวัด	✓	✓	✓		
2. กรมประมง – สำนักงานประมงจังหวัด					✓
3. กรมปศุสัตว์ – สำนักงานปศุสัตว์จังหวัด				✓	
4. กรมส่งเสริมสหกรณ์ – สำนักงานสหกรณ์จังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
5. สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อการเกษตรกรรม – สำนักงานปฏิรูปที่ดินจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
6. สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ – สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
7. สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย – สำนักงานจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓

หน่วยงาน \ ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	การเพาะปลูก			การเลี้ยงสัตว์	การประมง
	ข้าว	ยางพารา	ปาล์มฯ		
8. กรมพัฒนาชุมชน – สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด					
9. กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น – สำนักงานส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
10. กรมโยธาธิการและผังเมือง – สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัด	✓	✓	✓	✓	
11. กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย – สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
12. สำนักงานสถิติแห่งชาติ – สำนักงานสถิติจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
13. สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม – สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
14. สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน – สำนักงานแรงงานจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
15. กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน – สำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัด					✓
16. กรมจัดหางาน – สำนักงานจัดหางานจังหวัด		✓	✓		✓
17. กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน – ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
18. สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข – สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
19. กรมบัญชีกลาง – สำนักงานคลังจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
20. สำนักงานปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม – สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
21. กรมการขนส่งทางบก – สำนักงานขนส่งจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
22. สำนักงานปลัดกระทรวงพลังงาน – สำนักงานพลังงานจังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
23. สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ – สำนักงานพาณิชย์จังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
24. กรมประชาสัมพันธ์ – สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด	✓	✓	✓	✓	✓
ส่วนงานราชการส่วนกลางที่ตั้งอยู่ในภูมิภาค					
25. กรมชลประทาน – สำนักงานชลประทานที่ 1 - 17	✓	✓	✓	✓	✓
26. กรมพัฒนาที่ดิน – สำนักงานพัฒนาที่ดินเขต 1 - 8	✓	✓	✓	✓	
27. กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ – สำนักตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 1 - 10	✓	✓	✓	✓	✓
28. กรมวิชาการเกษตร – สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรเขต 1 - 8	✓	✓	✓		
29. กรมเจ้าท่า - สำนักงานเจ้าท่าภูมิภาค					✓
30. กรมทางหลวงชนบท - สำนักงานทางหลวงชนบทที่ 1 - 18	✓	✓	✓	✓	

หน่วยงาน \ ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	การเพาะปลูก			การเลี้ยงสัตว์	การประมง
	ข้าว	ยางพารา	ปาล์มฯ		
31. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม – ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 - 11	✓	✓	✓	✓	✓
32. กรมอุตุนิยมวิทยา – ศูนย์อุตุนิยมวิทยาภาคต่างๆ	✓	✓	✓	✓	✓
33. กรมทรัพยากรน้ำ – สำนักงานทรัพยากรน้ำภาคที่ 1 - 11	✓			✓	
34. กรมทรัพยากรน้ำบาดาล – สำนักงานทรัพยากรน้ำบาดาลเขต 1 - 12	✓			✓	
35. กรมศุลกากร – ด่านศุลกากร	✓	✓	✓	✓	✓
36. กรมการข้าว – ศูนย์วิจัยข้าว 28 แห่ง	✓				
37. การยางแห่งประเทศไทย – ศูนย์วิจัยยาง และสำนักงานตลาดกลางยางพารา		✓			
38. ศูนย์วิจัยปาล์มน้ำมัน			✓		
39. กรมประมง – ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยงชายฝั่ง 21 ศูนย์ – ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงทะเล และสถานีวิจัยและพัฒนาประมงทะเล – ศูนย์วิจัยและตรวจสอบพันธุ์สัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ					✓
ส่วนงานราชการอื่นๆที่เกี่ยวข้อง (หน่วยงานส่วนกลาง รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หน่วยงานภายใต้การกำกับดูแลของรัฐอื่นๆ)					
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์					
40. กรมการข้าว	✓				
41. การยางแห่งประเทศไทย					✓
42. กรมฝนหลวงและการบินเกษตร	✓				
43. สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ	✓			✓	✓
44. องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร	✓			✓	✓
45. สถาบันวิจัยเกษตรวิศวกรรม และศูนย์วิจัยในเครือข่าย	✓	✓	✓	✓	✓
กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม					
46. กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม	✓	✓	✓	✓	✓
47. กรมควบคุมมลพิษ	✓	✓	✓	✓	✓
กระทรวงสาธารณสุข					
48. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	✓			✓	✓
กระทรวงพาณิชย์					
49. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	✓	✓	✓	✓	✓

หน่วยงาน \ ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	การเพาะปลูก			การเลี้ยงสัตว์	การประมง
	ข้าว	ยางพารา	ปาล์มฯ		
50. กรมการค้าต่างประเทศ	✓	✓	✓	✓	✓
51. กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ	✓	✓	✓	✓	✓
52. องค์การคลังสินค้า	✓	✓	✓	✓	✓
53. ศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลการสินค้าตลาดเกษตรอินทรีย์	✓				
กระทรวงอุตสาหกรรม					
54. สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม	✓	✓	✓	✓	✓
55. สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม	✓	✓	✓	✓	✓
56. สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	✓	✓	✓	✓	✓
57. สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ	✓	✓	✓	✓	✓
กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี					
58. สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)	✓	✓	✓	✓	✓
59. สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ	✓	✓	✓	✓	
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม					
60. สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	✓	✓	✓	✓	✓
กระทรวงพลังงาน					
61. กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน	✓	✓	✓	✓	✓
62. กรมธุรกิจพลังงาน	✓	✓	✓		
63. กรมเชื้อเพลิงธรรมชาติ		✓	✓		
กระทรวงการคลัง					
64. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์เพื่อการเกษตร	✓	✓	✓	✓	✓
65. ธนาคารออมสิน	✓	✓	✓	✓	✓
66. ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (ธสน.)	✓	✓	✓	✓	✓
67. ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.)	✓	✓	✓	✓	✓
อื่นๆ					
68. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น / เทศบาล	✓	✓	✓	✓	✓
ส่วนงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง (ภาคเอกชน และภาคการศึกษา)[1]					
69. สถาบันวิทยาศาสตร์ข้าวแห่งชาติ	✓				
70. สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย	✓				
71. สำนักงานคณะกรรมการตรวจข้าว สังกัดสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย	✓				

[1] หน่วยงานลักษณะนี้ไม่มีการระบุบทบาทภารกิจของหน่วยงานที่ชัดเจน

หน่วยงาน / ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	การเพาะปลูก			การเลี้ยงสัตว์	การประมง
	ข้าว	ยางพารา	ปาล์มฯ		
72. สมาคมยางพาราไทย		✓			
73. สมาคมผู้ผลิตยาง		✓			
74. สมาคมชาวสวนยาง		✓			
75. สมาคมน้ำยางข้นไทย		✓			
76. สมาคมปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์มแห่งประเทศไทย			✓		
77. สมาคมชาวสวนปาล์มน้ำมัน			✓		
78. ศูนย์วิจัยและพัฒนาการผลิตปาล์มน้ำมัน คณะทรัพยากรธรรมชาติ			✓		
79. สภาอุตสาหกรรม	✓	✓	✓	✓	✓
80. หอการค้า	✓	✓	✓	✓	✓
81. สถาบันวิจัยภายใต้สถาบันการศึกษา	✓	✓	✓	✓	✓
82. สถาบันการเงินภาคเอกชน	✓	✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 5-2: หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนบูรณาการการทำงานในพื้นที่ที่เกิดผลในทางปฏิบัติ ด้านการท่องเที่ยว

หน่วยงาน / ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ	เชิงนิเวศ	เชิงประวัติศาสตร์ – วัฒนธรรม – ชุมชน	เชิงสุขภาพ
ส่วนราชการภูมิภาค (ระดับพื้นที่จังหวัด)			
1. สำนักงานปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม – สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด	✓		
2. สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม - สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด		✓	
3. สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข – สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด			✓
4. สำนักงานปลัดกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา - สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	✓	✓	✓
5. สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย – สำนักงานจังหวัด	✓	✓	✓
6. กรมพัฒนาชุมชน – สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด	✓	✓	✓
7. กรมโยธาธิการและผังเมือง – สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัด	✓	✓	✓

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ / หน่วยงาน	เชิงนิเวศ	เชิงประวัติศาสตร์ – วัฒนธรรม – ชุมชน	เชิงสุขภาพ
8. กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น – สำนักงานส่งเสริม 9. การปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัด	✓	✓	✓
10. กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย – สำนักงานป้องกัน 11. และบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด	✓	✓	✓
12. กรมประชาสัมพันธ์ – สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด	✓	✓	✓
13. กรมการขนส่งทางบก – สำนักงานขนส่งจังหวัด	✓	✓	✓
14. กรมจัดหางาน – สำนักงานจัดหางานจังหวัด	✓	✓	✓
15. สำนักงานสถิติแห่งชาติ – สำนักงานสถิติจังหวัด	✓	✓	✓
16. กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน – ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัด	✓	✓	✓
ส่วนงานราชการส่วนกลางที่ตั้งอยู่ในภูมิภาค			
17. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย – ททท. สำนักงานในภูมิภาค	✓	✓	✓
18. กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว 1 - 3	✓	✓	✓
19. การกีฬาแห่งประเทศไทยในภูมิภาค			✓
20. สถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตต่างๆ			✓
21. สำนักอุทยานแห่งชาติ – สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 1 - 16	✓		
22. สถาบันนวัตกรรมอุทยานแห่งชาติและพื้นที่คุ้มครอง – ศูนย์นวัตกรรมอุทยานแห่งชาติและพื้นที่คุ้มครอง 5 แห่ง – ศูนย์นวัตกรรมอุทยานแห่งชาติและพื้นที่คุ้มครอง ทางทะเล 3 แห่ง	✓		
23. กรมป่าไม้ - สำนักจัดการทรัพยากรป่าไม้ที่ 1 - 13	✓	✓	
24. กรมทรัพยากรธรณี - สำนักงานทรัพยากรธรณี 1 - 4	✓	✓	
25. กรมชลประทาน – สำนักงานชลประทานที่ 1 - 17	✓		
26. กรมทรัพยากรชายฝั่งทะเล – สำนักงานบริหารจัดการทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง – ศูนย์วิจัยและพัฒนาทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง – สำนักอนุรักษ์ทรัพยากรทะเลและชายฝั่ง	✓		
27. กรมศิลปากร – สำนักงานศิลปากรที่ 1 - 13		✓	
28. กระทรวงสาธารณสุข – กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ – กรมการแพทย์ – กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ – กรมอนามัย – กรมสุขภาพจิต			✓

ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ / หน่วยงาน	เชิงนิเวศ	เชิงประวัติศาสตร์ – วัฒนธรรม – ชุมชน	เชิงสุขภาพ
29. กรมควบคุมโรค	✓	✓	✓
30. กรมศุลกากร – ด่านศุลกากร	✓	✓	✓
31. กรมเจ้าท่า - สำนักงานเจ้าท่าภูมิภาค		✓	
32. กรมทางหลวงชนบท - สำนักงานทางหลวงชนบทที่ 1 - 18	✓		
33. กรมอุตุนิยมวิทยา – ศูนย์อุตุนิยมวิทยาภาคต่างๆ	✓	✓	
34. กรมท่าอากาศยาน	✓	✓	
ส่วนงานราชการอื่นๆที่เกี่ยวข้อง (หน่วยงานส่วนกลาง รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หน่วยงานภายใต้การกำกับดูแลของรัฐอื่นๆ)			
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์			
35. สำนักพัฒนาเกษตรกร กรมส่งเสริมการเกษตร	✓		
กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม			
36. สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	✓		
37. สำนักวิจัยการอนุรักษ์ป่าไม้และพันธุ์พืช	✓		
38. สำนักอุทยานแห่งชาติ	✓		
39. กองบริหารจัดการพื้นที่ชายฝั่ง	✓		
40. กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม	✓	✓	
41. กรมควบคุมมลพิษ	✓	✓	
กระทรวงสาธารณสุข			
42. กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก			✓
43. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา			✓
กระทรวงวัฒนธรรม			
44. กรมการศาสนา		✓	
45. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม		✓	
46. สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย		✓	
47. สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์		✓	
48. สำนักงานกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์		✓	
49. หอภาพยนตร์		✓	
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา			
50. สถาบันพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว	✓	✓	✓
51. สำนักเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว	✓	✓	✓

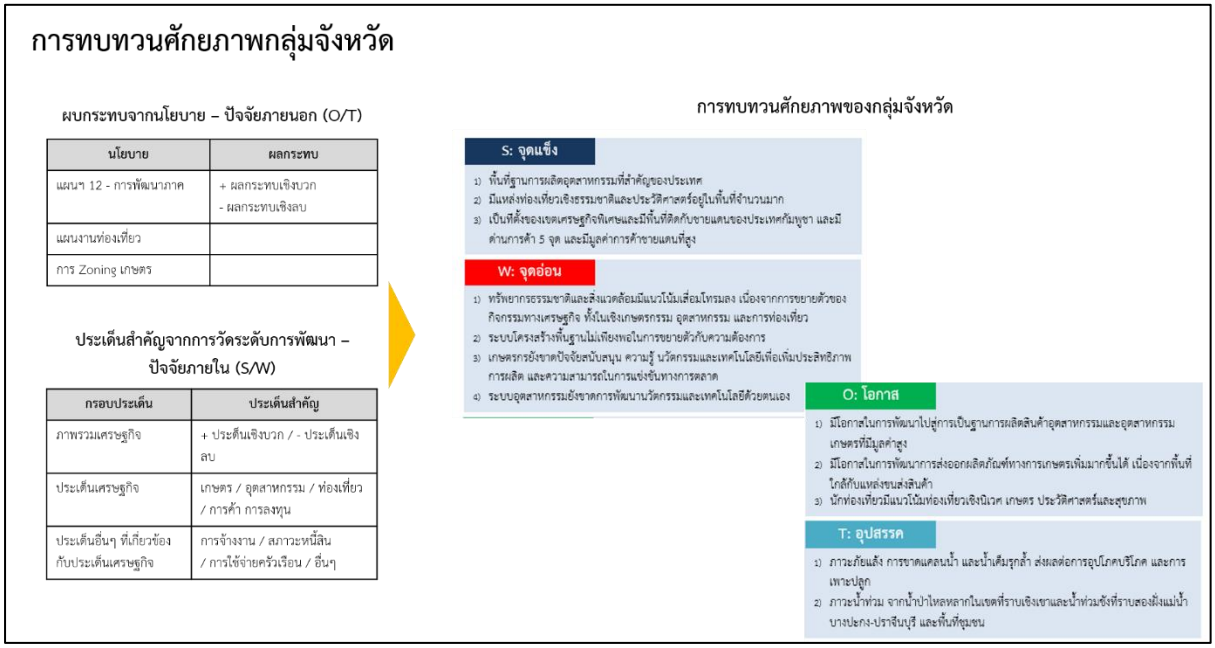
ผลิตภัณฑ์ศักยภาพ / หน่วยงาน	เชิงนิเวศ	เชิงประวัติศาสตร์ – วัฒนธรรม – ชุมชน	เชิงสุขภาพ
52. ศูนย์อำนวยการและบริการนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓
กระทรวงคมนาคม			
53. สำนักงานการบินพลเรือน	✓	✓	✓
54. สำนักงานวิทยุการบิน	✓	✓	✓
อื่นๆ			
55. บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)	✓	✓	✓
56. บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)	✓	✓	✓
57. การท่าเรือแห่งประเทศไทย	✓	✓	✓
58. การรถไฟแห่งประเทศไทย	✓	✓	✓
59. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น / เทศบาล	✓	✓	✓
ส่วนงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง (ภาคเอกชน และภาคการศึกษา)[2]			
60. สมาคมสปาไทย			✓
61. หอการค้า	✓	✓	✓
62. สถาบันวิจัยภายใต้สถาบันการศึกษา	✓	✓	✓
63. สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA)	✓	✓	✓
64. สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศ (สทน.)	✓	✓	✓
65. สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	✓	✓	✓
66. สมาคมโรงแรมไทย (THA)	✓	✓	✓
67. สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA)	✓	✓	✓
68. บริษัทไทยแลนด์พรีวิเลจคาร์ด	✓	✓	✓
69. สถาบันการเงินภาคเอกชน	✓	✓	✓

[2] หน่วยงานลักษณะนี้ไม่มีการระบุบทบาทภารกิจของหน่วยงานที่ชัดเจน

3) การนำ SWOT มาร่วมการวิเคราะห์เชื่อมโยงโครงการเพื่อความครอบคลุมของเนื้อหา พร้อมแสดงตัวอย่างที่ดี (Best Practice) หรือ ตัวอย่างกรณีศึกษาเพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงาน

ในการวิเคราะห์ศักยภาพจังหวัด จะทำการวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อทิศทางการดำเนินงานของพื้นที่ ทั้งในส่วนของการประเมินนโยบายที่เกี่ยวข้อง และการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานผ่านตัวชี้วัดการพัฒนา ตลอดจนการกำหนดทิศทางการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ผ่านแนวคิดผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) โดยหลังจากที่ได้ข้อมูลผลกระทบจากนโยบายและยุทธศาสตร์สำคัญ (ปัจจัยภายนอก) ประกอบกับการวิเคราะห์ประเด็นจากการวัดระดับการพัฒนา (ปัจจัยภายใน) เข้ามาประกอบกันแล้วนั้น ก็จะสามารถนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดผ่านเครื่องมือ SWOT Analysis ที่สะท้อนให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคสำคัญของพื้นที่ได้ ซึ่งจะนำไปสู่การจัดทำประเด็นยุทธศาสตร์สำคัญทั้งในเชิงรุกเพื่อเสริมศักยภาพที่เข้มแข็งของจังหวัด และเชิงรับเพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น หรือแก้ไขปัญหาที่กำลังเกิดขึ้นอยู่

แผนภาพที่ 5-2: การทบทวนศักยภาพจังหวัด



ทั้งนี้หลังจากกำหนดเป็นประเด็นยุทธศาสตร์สำคัญเพื่อการพัฒนาจังหวัดแล้ว เมื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยสู่ความสำเร็จผ่านแนวคิดห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ของผลิตภัณฑ์ศักยภาพ (Product Champion) จนสามารถกำหนดเป็นโครงการสำคัญเพื่อการพัฒนาหรือลดปัญหาที่เกิดขึ้นได้แล้วนั้น ในส่วนของการจัดทำรายละเอียดโครงการ ผู้จัดทำสามารถนำรายละเอียดในส่วนของการวิเคราะห์ศักยภาพจังหวัดทั้งในส่วนของการประเมินนโยบายที่เกี่ยวข้อง และ ส่วนสรุปของ SWOT มาระบุได้ในที่มา เหตุผล และความจำเป็นของโครงการ

แผนภาพที่ 5-3: ตัวอย่างส่วนการเขียนโครงการที่เชื่อมโยงผลการวิเคราะห์นโยบายและ SWOT

1. ชื่อโครงการ - พัฒนาข้าวหอมมะลิอินทรีย์สู่ตลาดโลก

แผนการบริหารราชการแผ่นดิน: ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้
แผนปฏิบัติราชการ 4 ปี: ยุทธศาสตร์การพัฒนาข้าวหอมมะลิส่งออกสู่ตลาดโลก
ตัวชี้วัด: ร้อยละ หรือ รายได้สุทธิของการส่งออกข้าวหอมมะลิอินทรีย์เพิ่มขึ้น
เป้าหมาย: 50%

ดูรายละเอียดกระบวนการสร้างคุณค่า (Value Creation) เพื่อนำไปสู่ทิศทางและเป้าหมายของยุทธศาสตร์การพัฒนาข้าวหอมมะลิส่งออกสู่ตลาดโลก ต่อไป

2. ความสำคัญ หลักการ และเหตุผล

ปัจจุบันแนวโน้มความต้องการของตลาดโลก มุ่งเน้นการผลิตอาหารหรือผลิตภัณฑ์ทางอาหาร ที่มีสุขลักษณะที่ดีต่อคุณภาพชีวิตเป็นสำคัญ ในความต้องการดังกล่าวการพัฒนาการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ให้เป็นสินค้าสำคัญของไทย นับเป็นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น (Value Chain) และมีคุณลักษณะตรงตาม Food Safety และความต้องการของตลาดผู้บริโภคระดับสากล และเนื่องจากได้มีโครงการนำร่องของการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ที่จังหวัดเชียงรายและจังหวัดพะเยา โดยอาศัยความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนกับหน่วยงานวิชาการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และสามารถพัฒนาข้าวหอมมะลิอินทรีย์จำหน่ายในต่างประเทศ จึงเห็นควรตั้งศูนย์ประสานงานเครือข่ายเพื่อส่งเสริมให้มีการเพาะปลูกกันอย่างกว้างขวางขึ้นในภาคเหนือตอนบน เป็นการช่วยลดมลภาวะ สร้างความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและสนองความต้องการของตลาดโลก

ในส่วนนี้สามารถนำผลการวิเคราะห์
- ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ (ประเทศ / หน่วยงาน)
- สภาพปัญหา : ระบุสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน หรือแนวโน้มในอนาคตพร้อม
- ความเร่งด่วน : ความเร่งด่วนของการดำเนินการ หากไม่ได้รับการแก้ไข จะส่งผลกระทบอย่างไร

นอกเหนือจากนี้ในการคิดโครงการต่างๆ ควรได้ศึกษากรณีศึกษา (Case Study) ตามประเทศหรือชุมชนพื้นที่ประสบความสำเร็จมาเป็นตัวอย่างความคิดพื้นฐานความคิด หรือได้แนวทางในการกำหนดกิจกรรม ตัวชี้วัด ตลอดจนข้อจำกัดหรือความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น ให้ผู้จัดทำโครงการได้เป็นตัวอย่างในการดำเนินงาน

แผนภาพที่ 5-4: ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study) โครงการ From farm to table

แนวคิดการส่งอาหารจากไร่นาถึงโต๊ะอาหาร (From Farm to Table)

From Farm to Table เป็นแนวคิดการนำวัตถุดิบประกอบอาหารที่มีความสดใหม่ส่งตรงมาจากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภคโดยตรงโดยไม่ผ่านตัวกลางในการจัดจำหน่าย (Distributor) ซึ่งเกิดขึ้นจากการใส่ใจในสุขภาพจากการรับประทานอาหารประเภทปลอดสารพิษที่เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน และส่งเสริมให้เรื่องความปลอดภัยของอาหาร รูปแบบในปัจจุบันมักจะเป็นการส่งวัตถุดิบเช่น พืชผัก เนื้อสัตว์ จากแหล่งผลิตไปยังผู้บริโภคที่เป็นลักษณะเป็นกลุ่มได้แก่ ร้านอาหาร หรือสถานศึกษาที่ต้องการอาหารสดที่มีคุณภาพจำนวนมาก

ประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากแนวคิด “From Farm to Table”

- สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของอาหารได้ (Food Traceability) ทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในคุณภาพของวัตถุดิบ
- สร้างเครือข่ายเชื่อมโยงทางด้านอาหารระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคโดยตรง ทำให้ลดต้นทุนที่เกิดขึ้นจากตัวกลางการจัดจำหน่ายไปได้ ทั้งต้นทุนด้านเวลาที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพวัตถุดิบ และต้นทุนทางการเงินที่เกิดขึ้นจากค่าตอบแทนของตัวกลางการจัดจำหน่าย
- สนับสนุนการพัฒนากิจกรรมต้นน้ำในชุมชนให้มีความเข้มแข็ง สามารถการพัฒนาในระดับพื้นที่อย่างยั่งยืน

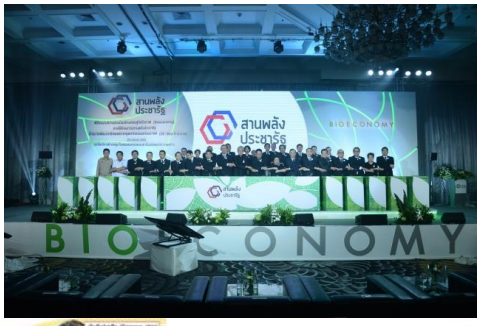
แผนภาพที่ 5-5: ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study) โครงการ Bio-refinery

การเปลี่ยนวัตถุดิบทางการเกษตรให้เป็นผลิตภัณฑ์ชีวภาพมูลค่าสูง (Biorefinery)

การเปลี่ยนวัตถุดิบทางการเกษตรให้เป็นผลิตภัณฑ์ชีวภาพมูลค่าสูง เป็นแนวคิดต่อยอดจากสร้างเมืองใหม่บนเศรษฐกิจชีวภาพและนวัตกรรมครบวงจร (Biopolis) เป็นหนึ่งในแนวทางการพัฒนาคลัสเตอร์ภาคอุตสาหกรรมแห่งอนาคต (New S-Curve) ของคณะทำงานย่อย Bioeconomy ภายใต้คณะทำงานด้านพัฒนาคลัสเตอร์ภาคอุตสาหกรรมแห่งอนาคต คณะกรรมการสานพลังประชารัฐโดยมีพื้นที่เป้าหมายหลักคือ พื้นที่อีสานตอนกลาง และมีวัตถุดิบเป้าหมายหลักคือ มันสำปะหลังและอ้อยซึ่งเป็นสินค้าเกษตรที่ไทยส่งออกได้เป็นอันดับที่ 1 และ 2 ของโลก

แผนการลงทุนเพื่อพัฒนา

ระยะที่ 1 ปีพ.ศ. 2560-2561	ระยะที่ 2 ปีพ.ศ. 2562-2564	ระยะที่ 3 ปีพ.ศ. 2565-2569
เงินลงทุนประมาณ 51,000 ล้านบาท เพื่อต่อยอดการพัฒนาพลังงานชีวภาพ เคมีชีวภาพ อาหาร และชีวเภสัชภัณฑ์ ผลักดันการสร้างอุปสงค์และตลาด	**เงินลงทุนประมาณ 182,000 ล้านบาท** เพื่อสร้าง Biorefinery Complexes ที่ครบวงจร และเมืองใหม่บนเศรษฐกิจชีวภาพและนวัตกรรมอย่างครบวงจร Biopolis	**เงินลงทุนประมาณ 132,000 ล้านบาท** เพื่อยกระดับสู่ Regional Hub เป็นต้นแบบอุตสาหกรรมแห่งอนาคต



แผนภาพที่ 5-5: ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study) โครงการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ Pittsburgh

ตัวอย่างสำหรับท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม: Pittsburgh Cultural District

Pittsburgh ได้รับการยอมรับว่าเป็นศูนย์รวมวัฒนธรรมแห่งชายฝั่งตะวันออก โดยเป็นที่ตั้งของ พิพิธภัณฑ์ศิลปะ Carnegie, พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ธรรมชาติ Carnegie ศูนย์วิทยาศาสตร์ Carnegie โรงละครและโรงภาพยนตร์เก่าๆ มากมาย เดิมทีเมืองนี้เป็นเขตอุตสาหกรรมเหล็กมาก่อน บ้านเมืองจึงสกปรกมาก ต่อมาจึงได้มีการพัฒนาอาคาร สถานที่และทัศนียภาพของเมืองใหม่บนรากฐานประวัติศาสตร์ของชุมชน